

## JUEVES 25 DE SEPTIEMBRE, SAN LUIS SE LLENA DE... ¿WATER?

*Jon Mariscal, uno de los tres socios fundadores de Bwaters, empresa pionera en surfing urbano por la Ría de Bilbao, realizó una conferencia en la que hábilmente consiguió despertar el espíritu emprendedor de los alumnos de 2º de Marketing y Publicidad.*

El pasado jueves 25 de Septiembre los prometedores alumnos de Marketing y Publicidad del Centro San Luis y junto con un pequeño grupo de segundo de SMR acudían expectantes a una conferencia impartida en el aula de vídeo por uno de los fundadores de la joven empresa BWaters, Jon Mariscal. Pasada la primera hora, disipada la incertidumbre y salvadas las distancias, los alumnos de MP, potenciales emprendedores y Jon, joven emprendedor, compartieron ideas, proyectos, sensaciones e incluso sueños...

Como precursores del surfing urbano en la Ría, nuestra Ría con mayúsculas, y llevados por la corriente de este “lavado de cara” que ha tenido el tramo del Nervión que atraviesa la ciudad, se expuso a los alumnos de una manera cercana y realista cómo iniciar un proyecto tan personal y vocacional. Cómo dos deportistas como Ander y Jon, después de nadar en la Alhóndiga y antes de surfear en el Cantábrico, se cuestionaban en los vestuarios del polideportivo qué hacer para traer el surf a su querido Bilbao.

Y así nació Bwaters. Hoy es posible practicar el Stand Up Paddle Surf por la Ría de Bilbao, surfear la Ría...Navegar por los lugares más emblemáticos de Bilbao con un remo, una tabla y tu cuerpo es una experiencia que pocas ciudades pueden ofrecer.

Una de las tónicas más comunes de la presentación fue el concepto de “marcar la diferencia” con el que BWaters ha logrado su éxito. Algunas preguntas e ideas que se presentaron a lo largo de la mañana eran matizadas e incluso planteadas desde el punto de vista del valor añadido “¿Que puedo ofrecer yo que no esté siendo ofrecido por nadie?”. Y a pesar de las dificultades frente a las que hoy en día se enfrenta una empresa (la crisis, los trámites con la administración, la precariedad económica, el desánimo de la sociedad, y mucho más) se logró el cometido principal de la visita. Crear motivación y arengar a un grupo de jóvenes a llevar a cabo sus proyectos e ideas, puesto que al fin y al cabo el **miedo al fracaso es el verdadero fracaso.**

Fdo.: **Alumnos de segundo de Marketing y Publicidad** e Iratxe Etxebarria