



> PERSONAJES ÚNICOS / Maria Parareda

Creative Signatures es la nueva propuesta de Maria Parareda, que tras ver la oportunidad de negocio en el aprendizaje por internet, crea una plataforma de cursos gastronómicos con cocineros de estrella. Por Patricia Fernández

La nueva chef del 'e-learning'

Hace ya un par de años nace Creative Signatures, la plataforma de *e-learning*, es decir, aprendizaje en internet, sobre gastronomía de la mano de los mejores chefs nacionales e internacionales. A su mando se encuentra Maria Parareda, quien habiendo estudiado empresariales, decide ponerse manos a la obra para cocinar un proyecto innovador.

La nueva plataforma gastronómica consiste en una amplia oferta de cursos en vídeo a cargo de chefs de renombre nacional e internacional: «Tenemos muy claro que el cocinero que trata cada curso ha de ser un experto reconocido en el tema», cuenta Parareda sobre los cursos disponibles, como el de tapas a cargo de Paco Roncero, el de helados llevado por Jordi Roca, o el de chocolate, uno de los más exitosos, que lo imparte Josep Maria Ribé: «Este es un rasgo diferencial muy importante de Creative Signatures en relación a nuestra competencia de videocursos en otras páginas o redes sociales, y es que nosotros ofrecemos cursos con profesionales contrastados en la materia».

La trayectoria de Maria Parareda nada tiene que ver con la cocina, pero le ha servido para sacar adelante este nuevo proyecto. Trabajando en una consultoría de negocios aprendió las formas de sacar adelante una buena idea y cómo hacer que funcione en el mercado: «La experiencia en identificar nuevas oportunidades de negocio, su público y lugar en el mercado han sido esenciales» comenta la directiva, quien pasó a trabajar más adelante en el mundo de la gestión web, al crear toda una plataforma para ex alumnos de universidad. «Cuando creé la web para ex alumnos aprendí la importancia que está teniendo el *e-learning*, así como a averiguar qué interesa al público y cómo ofrecerse», añade Parareda, quien ha llevado estos conocimientos de *feedback* a Creative Signatures: «Siempre preguntamos a los clientes qué platos o temáticas culinarias les gustaría ver para preparar próximos cursos, además siempre intentamos contestar a todos los correos con la mayor brevedad posible «Incluso fuera de mi horario laboral no puedo evitar mirar el móvil y contestar los correos», añade.



Maria Parareda, fundadora de Creative Signatures, posa con uno de los cursos. JORDI SOTERAS

Con todos los conocimientos sobre lanzar nuevos negocios y habiendo detectado la oportunidad del *e-learning*, en la mente de Maria Parareda había una nueva idea en ebullición, la de crear una plataforma de *e-learning* con expertos abierta a

«Nos diferenciamos de la competencia en el valor de disponer de cocineros expertos»

cualquier usuario: «Quise buscar un sector que fuera de referencia en nuestro país e interesara al público», cuenta María Parareda, y asegura haber pensado en un principio en una plataforma de cursos *online* global, sobre todo tipo de temas: «Englobar tantos temas hubiera sido imposible, así que busqué un área de referencia en España, a

la que además todo el mundo puede aficionarse: la gastronomía». Las vueltas que da la vida también tuvieron algo que ver, y es que el chef Josep Armenteros, que fue reconocido en 2007 como el mejor pastelero de España, es amigo de Parareda, y al cruzarse en su camino, la idea cogió más fuerza: «Igual si hubiera tenido un amigo dibujante, o modista, todo hubiera ido diferente ¿Quién sabe?» bromea Parareda.

Tras dos años de esfuerzo, Creative Signatures funciona con un equipo que se implica en seguir adelante con el proyecto: «Al principio fue muy complicado, con grandes gastos de capital propio y de familiares y amigos», recuerda ahora la directiva acerca de lo duro que es emprender una idea cuando no es más que eso, una bombilla encendida: «Lo más difícil fue convencer a los cocineros al empezar, cuando aún no habíamos gra-

bado ningún curso y tenían que creer en el proyecto, confiar en que funcionaría».

Como receta de su éxito, Maria Parareda destaca el trato personalizado con el cliente, el plus de los cocineros expertos y la calidad de los cur-

«Lo más duro fue encontrar chefs que colaboraran cuando era sólo una idea»

«Estamos con una productora, expertos en cine, que se preocupan por que la producción sea muy cuidada, además, siempre voy a las grabaciones para ver si los pasos de las recetas están bien explicados para que cualquiera los pueda entender», concluye la directora de Creative Signatures.

> MATERIA GRIS

Javier López Tazón



Resistencia digital

No sé lo que contestarían ustedes si les plantearan cuál ha sido el mayor cambio, la mayor innovación en nuestra sociedad en los últimos veinte años. Si me lo preguntaran a mí, lo tengo claro: no es internet o los móviles y mucho menos las teles planas; ha sido la digitalización. Se ha digitalizado la escritura, la música, el ocio, el comercio, las fotografías, las películas, los periódicos... Y llevamos adaptándonos a trancas y barrancas a la nueva situación, pero sin solución de continuidad porque no es un movimiento que haya terminado, sino una evolución permanente y con ciertos sobresaltos.

En ese proceso de adaptación hemos sufrido en todas las áreas, desde la escritura hasta la fotografía, un periodo de negación y de frenado. «No, esto es una moda pasajera. Lo de verdad es lo de toda la vida: el carrete de 36 exposiciones y no esas tarjetas de memoria». Luego la industria ha intentado ralentizar. Ni la música, el cine o el sector editorial se ha puesto a remar a favor de la corriente. Probablemente, los únicos que lo hicimos fuimos los periódicos, que, para colmo, fuimos también los primeros en declarar que el papel había muerto cuando, además, no era cierto.

Si comparamos el efecto de remar a favor de la prensa y en contra, por ejemplo, de la industria musical, no sé quién sale perdiendo. Ninguno de los dos, hablando desde la perspectiva de los resultados económicos, sale bien parado. Pero el sector editorial no ha sufrido un hundimiento en ventas del 80% por ciento del negocio, algo que sí le ha sucedido a la música.

Aunque este año pasado, la curva se ha invertido y ha dejado un sabor de boca mucho mejor: el mercado de la música grabada ha aumentado un 21%. Y ¿saben quién es el responsable de ese crecimiento? El *streaming*, la posibilidad de escuchar música sin descargarla previamente, en algunos casos gratis a cambio de publicidad y en otros casos mediante un pago

El mercado de la música grabada ha subido un 21%. ¿Responsable? El 'streaming'

mensual asequible.

Y, si ha funcionado con la música, ¿por qué no con series y películas? Pues miren, es lo que ofrece Netflix y, sin embargo, no consigue entrar en el mercado español. Y no será por rumores. Iba a llegar en 2013, luego el año pasado... ¡Pero si esta semana ya ha llegado a Cuba!

javier.lopez@elmundo.es

Javier López Tazón es redactor jefe de Ariadna, el suplemento de tecnología de EL MUNDO.