

MISS LOVELY FOODS SPAIN • SARRIÓN

# Un proyecto innovador entre trufas y delicias

Catalina Fontestad es una emprendedora de Sarrión que ha iniciado su negocio en Internet

P. Fuertes  
Teruel

Miss Lovely Foods Spain es el proyecto empresarial de la joven Catalina Fontestad. Procedente de Sarrión, ha pensado lanzar la trufa como producto estrella de una página web que tiene tres objetivos claros, ofrecer una tienda on line de alimentos artesanos y de calidad, divulgar las exquisiteces de estos artículos y lo que se puede hacer con ellos y ofrecer la posibilidad de probarlos mediante catas o masterclass.

Con la experiencia que le ha dado no solo ser de Sarrión, capital de la trufa, sino también haber trabajado durante tres años en la Asociación de Truficultores de Teruel, Fontestad ha iniciado esta nueva aventura profesional con las miras puestas también en divulgar las bondades de la trufa y de otros productos turolenses en el norte del país.

Desde Bilbao, donde está realizando un curso de sumiller, Fontestad está trabajando en introducir la trufa en las cocinas vascas. "He visto la posibilidad de abrir aquí mercado porque la están empezando a utilizar pero les falta recorrido", explica. Paralelamente, trabaja en la web donde en los próximos días se podrá adquirir productos a través de su tienda on line, que se llamará Bál de las Delicias.

Para poner en marcha su proyecto, Fontestad ha contado con el asesoramiento de Cámara Teruel a la hora de estudiar su viabilidad. Fontestad ha prestado también especial dedicación al nombre de la web. "Era importante el nombre de la página, que está en inglés para no cerrarnos puertas al exterior, también tenía que hacer referencia a que detrás había una persona, que lo identifiquen conmigo", detalla esta emprendedora turolense que quiere difundir la calidad de los productos turolenses por el mundo.



La emprendedora turolense Catalina Fontestad con algunos de los productos que va a poner a la venta en su página web

Su formación universitaria como topógrafa, su experiencia laboral en la asociación de truficultores, el conocimiento del francés y el inglés y un máster de ejecutivo en Community Management y Dirección de Redes Sociales avalan este proyecto empresarial en el que ha puesto gran ilusión y en el que no solo cobra importancia las ventas a través de la tienda on line sino también la parte divulgativa. "En la página web hay una parte didáctica para dar o conocer lo que tenemos y saber utilizar los productos con vídeos tutoriales", cuenta.

Miss Lovely Foods Spain se dio a conocer en la Feria de Sarrión del pasado fin de semana. Ahora solo hay que hacer click en [www.misslovelyfoods.com](http://www.misslovelyfoods.com) para visitarla.



Logotipo que identifica a Miss Lovely Foods Spain

#### En Internet

#### • Inicio actividad

Diciembre de 2014

#### • Empleados

Uno

#### • En Internet

[www.misslovelyfoods.com](http://www.misslovelyfoods.com)



@MissLovelyFoods



Miss Lovely Foods



@misslovelyfoods

## • RECORTES DE LA PRENSA ECONÓMICA •

# Hacer un buen plan de negocio

Javier Escudero  
[www.emprendedores.es](http://www.emprendedores.es)

Equilibrio. Eso es lo que debe tener un plan de negocio. ¿Y cómo se consigue? Podríamos filosofar largo y tendido sobre el tema, pero todo debe girar en torno a tres aspectos: ¿quiénes somos?, ¿qué queremos hacer? y ¿cómo lo vamos a hacer?

#### Preguntas y respuestas claras

La traducción a eso es sencilla. En el apartado ¿quiénes somos?, es dejar claro quién forma el equipo promotor; qué experien-

cias, formación y habilidades tienen que estén relacionadas con el negocio en el que se van a meter; con qué recursos cuentan (financieros y contactos) para llevar a cabo ese negocio y de dónde sacarán lo que necesitan (si lo necesitan). En ¿qué queremos hacer?, es explicar de forma clara, sencilla y entendible qué vamos a ofrecer al mercado y por qué creemos que eso que queremos ofrecer tiene un mercado potencial que nos está esperando con las manos abiertas. Y en ¿cómo lo vamos a hacer?, tan sencillo como explicar qué pasos va-

mos a seguir para llevar nuestra idea al mercado.

Entonces, ¿qué no deberíamos escribir en un plan? La respuesta es fácil: todo aquello que no chirría. Puede parecer que hemos elegido la respuesta más fácil, pero no es la opción que asumen muchos emprendedores, que incluyen datos, información, detalles, estudios, cifras, conclusiones, etc., que no tienen una relación directa con el proyecto que quieren emprender. Y todo aquello que no cumple esa función es insustancial (porque no aporta valor) y puede ser contra-

producente, al generar desconfianza con los destinatarios finales de nuestro plan de negocio.

#### Farragosos e infumables

Isidro de Pablo, director del Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) de la Universidad Autónoma de Madrid, pone algunos ejemplos de lo que no se deberían incluir (y que sí se suelen meter): "Los planes de negocio demasiado prolijos en datos son infumables. Aquellos que suelen incluir hojas de cálculo farragosas o esos otros que incluyen el modelo de un cuestionario que han utilizado para una investigación de mercado... Tampoco se deben incluir normativas aplicables a una práctica empresarial concreta, que son accesorias y

pueden estar en los anexos".

Tampoco se deben recoger los análisis estadísticos o financieros profundos para justificar una conclusión, "lo que podemos llamar un despliegue de conocimiento exhaustivo. Ni las referencias a citas bibliográficas, de autores, que tengan más bien un contenido doctrinal que práctico. Ni la información gráfica económica-financiera excesiva o minúscula que no se puede leer", continúa De Pablo.

No escribas en el plan todo aquello que no aporte un valor directo al proyecto que vas a emprender. Otras cosas que no se deben hacer, según este experto, son, por ejemplo, argumentar excesivamente conclusiones con números, (...)