

Happets: el algoritmo que diseña la dieta perfecta para tu perro



Esta herramienta nace con el propósito de ser la mejor opción de alimentación personalizada para canes. Disponible en el mercado español y para particulares, los objetivos a medio plazo están puestos en aumentar la gama de productos e internacionalizar la startup.

Happets nace con la función clara de ofrecer una dieta personalizada al máximo para el perro. A través de un algoritmo desarrollado precisamente para esta función, la startup tecnológica se decanta por un sector que está por explorar. “La personalización es una innovación que ya es una realidad en el sector de la alimentación humana o en la cosmética. Fruto de la necesidad de los dueños de mascotas de ir un paso más allá en la alimentación de sus peludos, nace Happets”, comenta su CEO, **Elena Fontelles**.

Pensada únicamente para particulares, Happets (www.happets.com) nace con el propósito de ser la mejor opción de alimentación personalizada para perros, con una atención integral a los clientes. Incluye asesoramiento veterinario y entrega de producto a domicilio sin costo adicional.

La idea es facilitar al máximo la experiencia al usuario, y que este solo tenga que preocuparse de disfrutar con su mascota. Por lo que el proceso de compra “es totalmente online y se hace en pocos minutos”. Además, el usuario puede ir actualizando

los datos de su mascota en pocos pasos y en cualquier momento y lugar. Así, Happets puede ajustar el plan nutricional de forma automática.

Ya que una alimentación inadecuada, apunta Fontelles, *“puede provocar déficits o excesos de determinados nutrientes, pero además tiene gran importancia en cuanto a la condición corporal del animal, sus procesos digestivos y también en el crecimiento de los perros jóvenes y el envejecimiento de los perros mayores”*.

En cualquier caso, también hay vías de contacto con atención al cliente. El equipo humano de veterinarios *“cuida al cliente en todo momento”*. *“Esto permite que los clientes puedan solicitar asistencia cómodamente, de modo que, en caso de necesidad, se le deriva de forma precoz a su veterinario”*.

Fontelles se refiere al algoritmo como *“el corazón”* que integra los datos personales de cada mascota y diseña la receta específica para cada caso. *“Si el perro precisa cualquier cambio, el equipo veterinario puede reformular su receta de forma rápida y segura”*.

La startup no cesa de innovar en nuevos productos y recetas de los que los clientes son informados *“de forma prácticamente inmediata”*, precisa su CEO, y cuyas novedades se incorporan *“fácilmente”* al plan nutricional del perro. Al fin y al cabo, la tecnología debe ser una herramienta para facilitar la vida y en Happets lo llevan al pie de la letra.

“Hemos conseguido aprovechar todas las bondades y recursos que ofrece la tecnología para crear una empresa única dentro del sector de la alimentación canina”.

La marca se identifica como nativa digital, lo que quiere decir que todos sus clientes se captan *“online o por el boca-oreja”*. *“No obstante, cada vez más estamos teniendo contactos de tiendas de alimentación y centros veterinarios que nos están contactando para poder ofrecer nuestro servicio personalizado de alimentación”*, añade Fontelles.

Por ello, la empresa dispone de un programa de afiliación para hacer frente a la demanda de esos clientes (www.happets.com/embajadores). Aunque, por el momento, funciona solo de manera *“reactiva”* más que proactiva, solo cuando contactan a la startup. Pero esto cambiará: *“En nuestros planes de futuro inmediatos tenemos la intención de trabajar estos dos canales como se merecen”*.

La acogida de esta compañía está siendo bastante buena, en vista de que ya cuentan con 246 veterinarios y 250 tiendas de alimentación que usan Happets. Una startup que opera a nivel nacional, pero con *“vocación internacional”*. Un salto más allá de nuestras fronteras que esperan dar *“a mediados del año que viene”*, anuncia Fontelles.

Nuevas gamas en base al algoritmo

En cuanto a producto, su fundadora y directora desvela que se va a lanzar una gama húmeda, una gama superpremium no personalizada, se completará la gama de snacks y se lanzarán suplementos vitamínicos. *“Estamos también analizando la incorporación de comida cocinada congelada y comida deshidratada, como otras formas de complementar la comida seca que ya ofrecemos”*, puntualiza.

Happets realizó recientemente una mudanza a una fábrica más grande acorde al crecimiento que experimenta. Si bien parte de la producción está automatizada, *“si se siguen cumpliendo los planes de crecimiento como hasta ahora, tenemos previsto invertir más en maquinaria”*, comenta.

Todo tiene que ser preciso debido al proceso *“just in time”* con que cuenta la startup. Es decir, el pedido se fabrica una vez se ha cobrado. No hay stock, es la gran diferencia. *“Este hecho es lo que le confiere una gran palatabilidad y olor a nuestro producto, muy por encima de cualquier producto de la competencia. Y por lo tanto no podemos fallar. La inversión en maquinaria nos permitirá poder abordar el crecimiento futuro que prevemos que habrá en lo relativo a planes de alimentación personalizados para mascotas”*.

Por el momento, todos los esfuerzos están destinados a los canes, que son la única especie con la que trabaja la empresa. Pero a corto plazo se plantearán ampliar el algoritmo a otras como gatos. Porque, como concluye Fontelles, *“aún nos queda mucho por hacer en el sector de los perros”*. 🐾



“Hemos conseguido aprovechar todas las bondades y recursos que ofrece la tecnología para crear una empresa única dentro del sector de la alimentación canina”
