

## Pymes I+D+i

### Pequeños gigantes



Espacios comerciales y productos de las marcas Dormity y Somnika.

Dormity.com, especialista en sistemas de descanso, pone la tecnología al servicio del confort

# Colchones a la carta que facilitan el sueño

MARCE REDONDO *Madrid*

Un buen colchón es fundamental para tener un buen descanso. Y además, ahora los materiales y tratamientos que intervienen en su fabricación ayudan a que nuestro cuerpo alcance la temperatura ideal para el reposo.

¿Un colchón que regula la temperatura corporal y garantiza un sueño reparador? Parece irreal, pero es un producto que ya existe en el mercado. La empresa Dormity.com, especialista en sistemas de descanso, ha lanzado un colchón que gracias al tratamiento T-Control, que absorbe la humedad del cuerpo y la evapora, aumentando la sensación de frescor, permite regular la temperatura corporal aportando una sensación relajante y de confort y, por tanto, que facilita el sueño.

Con una larga tradición familiar en el sector de la colchonería, David Sánchez fundó en 1996 la sociedad Sueños Logística, que opera desde 2009 bajo Dormity.com. La empresa está dedicada íntegramente al mundo del descanso y su reto es el crecimiento de las dos marcas que la representan: Dormity y Somnika. Esta pyme catalana aporta al sector, según su fundador, un hondo conocimiento

sobre el mundo del descanso que la convierte en prescriptora: ofrece al cliente una orientación diferente del concepto de descanso, aconsejando sistemas a medida.

Como buen emprendedor, David Sánchez observó que en el sector del descanso había mucho por hacer, tanto desde el punto de vista estético como de oferta de producto, principalmente por la falta de conocimiento de la industria y, por extensión, de los consumidores, quienes compraban colchones siguiendo modas o tendencias, sin saber muy bien qué tipo de material era el idóneo. Esta observación hizo que se interesara por las últimas innovaciones en descanso, viajando por todo el mundo y asistiendo a las mejores ferias internacionales.

En 2006, David Sánchez inauguró su primera tienda con la marca Dormity.com, un concepto comercial con una estrategia totalmente orientada al cliente final. El trato personalizado, la calidad del producto, su precio y la ambientación de la tienda han sido claves

**La compañía prevé cerrar el año con una facturación de 16 millones de euros**

para el crecimiento y buena aceptación de la marca, que con solo ocho años de vida ya cuenta con 31 puntos de venta en Cataluña.

Los centros de Dormity.com están situados en las mejores zonas comerciales de las principales poblaciones y ofrecen una amplia variedad de soluciones para el descanso, todas ellas de producción nacional y de diferentes



David Sánchez, fundador de Dormity.

## Un colchonero innovador e inquieto con marca propia

David Sánchez nació en 1974, en Barcelona, en el seno de una familia de comerciantes que regentaba una tienda dedicada a la venta de colchones en Hospitalet de Llobregat. Desde muy joven empezó a colaborar en el negocio familiar, y es ahí donde adquiere el conocimiento y la ilusión por evolucionar y crear una marca propia. Estos plan-

teamientos iniciales culminan en 2009 con la creación de su proyecto independiente, Dormity.com, donde comienza a poner en práctica sus ideas. A saber: partiendo de que cada persona tiene necesidades específicas, en Dormity todo el mundo puede encontrar el colchón que precisa, ya sea por prestaciones, precio o diseño.

marcas, entre ellas Somnika, desarrollada por la compañía con el asesoramiento de especialistas.

El descanso tiene un impacto directo en la salud, por tanto, contar con las opiniones de la comunidad médica en el diseño de sus productos es muy im-

portante. Por ello, la empresa trabaja con el apoyo de un equipo médico (traumatólogos, reumatólogos y rehabilitadores).

Dormity diseña y fabrica. Por eso, la innovación, a la que destina un 3% de su facturación anual, es muy importante en su actividad. En estos momentos participa en un proyecto de investigación, en colaboración con la Universidad Autónoma de Bellaterra, para crear un software que permita diseñar colchones personalizados en función de la morfología de cada persona, y está implantando un sistema integral informático (ERP) de última tecnología que integrará venta y fabricación.

La compañía quiere ser referente en tecnología del mundo del descanso. Para ello, además de la gama Somnika Medical, dirigida a personas que padecen molestias o patologías osteomusculares, ha desarrollado iniciativas pioneras, como el sistema Dormity Sensor, las almohadas de agua Medifow o las fragancias de descanso Lothantque. Actualmente tiene una amplia red de centros de descanso que suman más de 6.000 metros cuadrados de superficie comercial.

Dormity.com cerró el ejercicio 2013 con una facturación de 10 millones de euros y tiene previsto alcanzar los 16 millones de euros a finales de 2014. Tiene una plantilla de 100 empleados y vende diariamente más de 130 colchones. De momento no contempla exportar, pero sí analiza internacionalizar su negocio abriendo puntos de venta propios en el sur de Francia y Alemania.