

“Queremos que nuestras marcas estén en más hogares y puntos de venta”

ANDREU SOPENA DIRECTOR GENERAL DE CENTURY BRANDS

En el altamente competitivo mercado de los productos de Gran Consumo, donde las tendencias cambian a gran velocidad y los consumidores son cada vez más exigentes, Century Brands se distingue como un ejemplo de éxito empresarial y gestión estratégica. Esta empresa ha consolidado un portafolio de marcas auténticas, “de toda la vida” en el sector de droguería y cuidado personal. Hablamos con su director general, Andreu Sopena.

¿Cuáles fueron los orígenes de Century Brands?

Fue fundada en 2017 tras la adquisición de una unidad productiva de otra compañía en proceso de liquidación, Century Brands tuvo unos comienzos difíciles. La facturación era escasa, los proveedores no otorgaban crédito, se debía pagar todo al contado y había dificultades para cubrir las nóminas y llegar a fin de mes. Por aquel entonces se emprendió un proceso continuado de reducción de portfolio, eliminando una gran parte de marcas y productos que no aportaban valor y, a la vez, se inició un proceso de actualización, renovación y enfoque en el portfolio restante. Pese al contexto de adversidad, el equipo de la empresa demostró tener un gran compromiso y un espíritu luchador para salir adelante y se dio la vuelta a la situación, ampliando el catálogo con nuevas marcas y el lanzamiento de nuevos pro-



de izquierda a derecha – Eduard Solano (Director Comercial), Andreu Sopena (Director General), Manuel Fernandez (Director Administración)

ductos. Desde entonces no se ha parado de crecer. Century Brands prácticamente ha cuadruplicado su volumen de negocio y hoy en día es una empresa respetada en el sector, tanto por competidores como por clientes y proveedores.

¿Cuál es la oferta actual de la empresa y a través de qué canales llegan al público?

Las marcas de Century Brands se comercializan en supermercados, grandes superficies y droguerías-perfumerías en España y Portugal, donde compite directamente con multinacionales y gigantes del sector. Entre sus marcas destacan las bayetas Ballerina, los limpiadores de superficies de



Marcas de Century Brands

madera O'Cedar, las pastillas de encendido Magic, las cremas de manos Famos, el dentífrico Close Up, las pastillas de jabón Lux y los

polvos de talco Calber... Son marcas históricas y de alta calidad, con un fuerte vínculo emocional con los consumidores, y algunas de ellas llevan más de 100 años en el mercado, lo que justifica el nombre de la empresa: Century Brands.

Century Brands pretende reforzar y consolidar dichas marcas en los segmentos de mercado donde está presente, con la intención de que continúen vigentes otros 100 años, lanzando nuevos productos innovadores que fortalecen su

esencia. Sus oficinas centrales se encuentran en Barcelona y su centro de producción en Girona.

¿Qué elementos diferencian a Century Brands de sus principales competidores?

Nuestra estrategia está basada en la diferenciación. Cada producto ofrece una utilidad única al consumidor, distinta a la que puedan ofrecer otras marcas. Estamos centrados en nuestras marcas y aunque también fabricamos marcas blancas, estas últimas representan una parte muy pequeña de nuestra actividad.

Para crecer en un entorno tan competitivo como el nuestro se necesitan muchas ganas, mucho esfuerzo y mucha ilusión en hacer las cosas bien para, de este modo, ganar la confianza de nuestros clientes. Cuando comenzamos en 2017, solo trabajábamos con una pequeña parte del mercado. Hoy en día, estamos presentes prácticamente en todos los clientes de la distribución de España. Para nosotros es clave tener una actitud de humildad y siempre saber escuchar. Somos personas poco complicadas y muy directas, a lo que hay que sumar unos procesos internos muy flexibles. El trabajo presencial es una herramienta clave de nuestra eficiencia, trabajamos físicamente juntos, la información y las decisiones fluyen en tiempo real, lo que nos permite trabajar con mucha velocidad, de forma muy cohesionada y sin necesidad de muchas reuniones. El resultado es una altísima productividad como equipo.

¿Cuáles son los planes de futuro de Century Brands?

El futuro de Century Brands está marcado por la ambición de seguir creciendo y consolidándonos como un actor clave en el mercado de consumo. Nuestro plan incluye fortalecer nuestras marcas para que estén presentes en más hogares, en más momentos de consumo y en más puntos de venta.

Además, queremos ser un lugar donde muchas personas talentosas deseen trabajar, un entorno que fomente la innovación, el aprendizaje continuo y la colaboración. Para nosotros, el éxito no se mide solo en cifras, sino también en la satisfacción de nuestros empleados, clientes y consumidores.

Century Brands comercializa marcas conocidas como las bayetas Ballerina, los limpiadores O'Cedar, las pastillas de encendido Magic o el dentífrico Close Up, entre otras

