

## **CARLIN celebra su 20 aniversario**

### **La cadena líder especializada en el sector de la papelería sopla velas**

Dice Paolo Coelho que “el Universo siempre conspira para hacer los sueños realidad”. Y en el caso de CARLIN, aunque las estrellas jugaron al principio un poco al despiste con José Luis Hernández y su entonces socio en la aventura, al final los astros pusieron en la senda acertada a dos emprendedores que supieron leer las señales. “Poco podía imaginar entonces los derroteros por los que me iba a llevar la vida”, recuerda Hernández, su director general.

#### **Un cambio acertado**

Y es que este hombre con alma inquieta dejó España para irse a estudiar a París, después cruzó el charco y se dedicó a dar clases de literatura en Minnessota. Un guiño del destino le llevaría a empezar poner en marcha poco tiempo después la que hoy es su gran pasión. “Regresé a España y me dediqué al mundo de la decoración. Tuve varias empresas”. Entonces, uno de los que había sido alumno suyo en EEUU y después amigo le tentó con una propuesta. “Un buen día me llamó y me propuso apostar por una empresa de venta por catálogo de ropa interior porque en el país norteamericano este tipo de empresas funcionaba muy bien”. Ni corto ni perezoso Hernández le dio el “sí, quiero”. “Entonces me dediqué a hacer un buen estudio de mercado, a visitar fábricas de lencería por Francia, Inglaterra”. Pero cuando ya estaba todo preparado para poner en práctica tan arriesgada idea, su socio volvió a llamarle. “Que cambiamos el concepto, en vez de ropa interior, nos dedicamos a los productos de papelería”. Y dicho y hecho. Cambiaron de tercio y acertaron. “Los estudios de mercado eran más optimistas para que este tipo de productos triunfaran más aquí y yo dije: ¿por qué no?”, dice.

Haciendo caso a estos estudios de mercado que aseguraban que la papelería después de la moda era un nicho sin explotar y que en EEUU el 49% de las personas compraban por catálogo y en España sólo lo hacía un 1% pusieron en marcha Carlin. “Enviamos a varias ciudades españolas cerca de 500.000 ejemplares de nuestros catálogos. En poco tiempo conseguimos una numerosa cartera de clientes”. Mientras que Madrid se dejó querer rápidamente por su oferta y abrieron un almacén de 1.500 metros cuadrados no sucedió lo mismo en otras capitales. Apenas hicieron una docena de clientes. “Nos dimos cuenta de que si queríamos conseguir el mismo éxito fuera de Madrid había que optar por otra fórmula porque allí el consumidor demandaba tener cerca a su proveedor. Vimos que la franquicia era la manera más fácil y sensata de lograr el objetivo”, enfatiza.

Así fue como abrieron los primeros almacenes distribuidores. “Al principio vendíamos a través de almacenes distribuidores para vender directamente a empresas con la marca Ofimarket. Después incorporamos la línea de negocio de la Hiperpapelería”. Más tarde llegaron nuevos conceptos como el modelo mixto que es la suma de ambos conceptos: tienda autoservicio y almacén de distribución, la tienda online y la Master Franquicia, es decir, que hubiera varios franquiciados maestros en distintas zonas geográficas que conceden y gestionen nuevas franquicias. Los almacenes reguladores han sido la última apuesta de Hernández. “Desde ellos enviamos y distribuimos los pedidos realizados”.

Y como la finalidad de cualquier empresa es crecer a CARLIN no le ha dado pereza salir fuera de nuestras fronteras. “Tenemos franquicias en Portugal, Marruecos, Andorra, Francia y Gibraltar”. Es más su meta es ser conocida en cualquier rincón, “queremos ser líderes mundiales”, añade.

## Claves del éxito de CARLIN

Así las cosas la enseña cree que las razones de su expansión se explican por:

ü Usar y reinvertir todos los recursos para crecer y consolidarse. Nunca se han repartido beneficios entre los accionistas de la compañía.

ü Descentralización de la cadena. Es un proyecto descentralizado, que compra y vende productos, sin ir al consumidor final, simplemente negocia con proveedores y fabricantes con el fin de conseguir las mejores condiciones para todos sus centros. “Eso nos permite dar la mejor formación a nuestros franquiciados para que no cometan errores y saquen la mayor rentabilidad a sus tiendas”.

ü En la unión está la fuerza. El uso de un mismo y reconocido nombre comercial para la venta, el ambiente atractivo y moderno del sistema autoservicio, la fuerza de la publicidad de unas coloridos y amenas revistas promocionales, hacen el resto para que CARLIN siga triunfando.

## Sobre Carlin Ventas Directas, S.A.

CARLiN se dedica a la comercialización de material y mobiliario de oficina, consumibles de papelería e informática a través de cómodas hiperpapelerías autoservicio, almacenes de distribución y por venta online.

Fue fundada en 1989 por dos socios, uno de ellos su actual Director General, José Luis Hernández. El concepto CARLiN arrancó como una empresa de venta directa por catálogo, paulatinamente derivó en el modelo de expansión a través de franquicias a partir de 1990.

El perfil de franquiciado que se busca se corresponde con:

- Persona emprendedora, optimista, con vocación de empresario y capacidad económica.
- Con deseo por montar un negocio propio.
- No se descarta la figura del inversor, pero se prefiere que la persona esté al frente del negocio.

Hasta el momento, la buena labor de CARLiN ha sido reconocida con seis galardones: “Premio a la Franquicia de Mayor Desarrollo 2008”, otorgado por la revista Franquicias Hoy; “Premio a la Franquicia del Año 2007” por la revista Dirigentes; “Premio a la Expansión 2006” (revista Nuestros Negocios); “Premio al Emprendedor Mediterráneo” en el salón Barcelona Negocios & Franquicias 2006; “Premio a la Mejor Franquicia Nacional” en 2005, en el SIF&Co. de Valencia, y el “Premio Excelencia 2003” por la revista Dirigentes.

Para más información:

Gabinete de prensa

Salvia Comunicación

Contacto: Esther Murillo / Nuria Coronado

E-Mail: [prensa@salviacomunicacion.com](mailto:prensa@salviacomunicacion.com) / [nuria@salviacomunicacion.com](mailto:nuria@salviacomunicacion.com)

Tel.: 91 657 42 81

Fax: 91 657 26 63

**Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias Emprendedores](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>