



DOSSIER DE FRANQUICIA

Compra de metales preciosos
Cambio de moneda
Empeño de joyas
Venta de joyería
Oro de inversión

DEPARTAMENTO DE EXPANSIÓN

Jesús García Galán

 687 696 523

 jesus.garcia@quickgold.es



www.quickgold.es

Todo el mundo tiene derecho a tener su propio negocio

Todo emprendedor debe sentir ilusión y pasión por su proyecto. Ese ha de ser el motor que lo impulse en ese nuevo camino a recorrer, un camino a veces duro y difícil, pero gratificante y constructivo en cada obstáculo salvado.

El emprendedor afronta los desafíos de nuestro ambiente en proceso de cambio, con pasión, decisión y valor, desafiando lo convencional y aprovechando las oportunidades que se le brindan.

“Toda persona debe decidir una vez en su vida si se lanza a triunfar, arriesgándolo todo, o si se sienta a ver el paso de los triunfadores”.

Thomas A. Edison

OFICINA VALENCIA

Ronda Auguste y Louis Lumiere, 23. Nave 8
46890 Paterna (Valencia)
960 253 682
expansion@quickgold.es
www.quickgold.es

OFICINA MADRID

Avenida Montealina 1A
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
917 379 097
expansion@quickgold.es
www.quickgold.es

Un gran negocio, con el mínimo riesgo

LA MARCA

Si tuviera que definir la trayectoria de **quickgold** en un titular sería “El triunfo de la adaptación o la rentabilidad de las malas noticias”.

Cuando en 1993 mis hermanos decidieron abrir su primer negocio, el cambio de divisa se acababa de liberalizar y Palma de Mallorca era el emplazamiento ideal por datos de turismo. Seis meses después recibíamos la, para nosotros en ese momento, descorazonadora noticia de que España entraba en el proyecto de la moneda única: el 80% de nuestro negocio provenía de alemanes, franceses e italianos y tenía fecha de caducidad.

Vista la perspectiva mis hermanos se decidieron a diversificar en dos direcciones: la primera compatibilizar en el mismo espacio el cambio de divisa con otra actividad (en ese primer caso fue una tienda de conveniencia 24 horas); la segunda ir donde estaban los clientes y abrir oficinas de cambio en la zona de turismo británico, que ya entonces, apuntaba a no embarcarse en el euro.

La nueva situación nos hizo replantear el negocio y nos enseñó importantes lecciones:

- No hay negocio que dure una vida sin reinventarse.
- Cada cambio de escenario genera nuevas oportunidades.
- Compatibilizar negocios aparentemente incompatibles es muy rentable si se hace con éxito.

Con esas lecciones aprendidas, ya íbamos entrando en el siglo XXI. Yo me incorporaba al proyecto por esas fechas y nos encontramos con que el factor de la inmigración empezaba a tomar relevancia. En ese momento tomó particular importancia el envío de remesas al extranjero haciendo que el ya anunciado y temido tránsito al euro se hiciese batiendo récords de facturación. Esta bonanza nos duró (como a prácticamente el resto del Mundo) hasta finales de 2007. El panorama no podía ser más descorazonador mientras veíamos que nuestros clientes (turismo en barrena y los inmigrantes volviendo a sus países de origen) iban irremediabilmente a menos.

Y en esa situación decidimos incorporar a nuestras oficinas de cambio el servicio de compra de oro, lo que suponía la creación de la marca **quickgold**. Desde su origen tuvimos claro que la evolución está en nuestros genes y año tras año, hemos ido adaptándonos a las nuevas circunstancias y haciendo crecer el proyecto cada vez que nos encontramos con la adversidad. Es difícil prever lo que nos encontraremos pero estoy convencido de que nos enfrentaremos a nuevas dificultades. Tanto como de que estará en nuestras manos convertirlas en los éxitos por venir.

Rodrigo Fernández
Presidente

La honestidad
es rentable

MISIÓN,
VISIÓN,
VALORES

MISIÓN

Proveer servicios financieros de una manera ágil, fácil y transparente para todo tipo de personas.

VISIÓN

Establecer un nuevo concepto de negocio en el que se puedan resolver todas las gestiones cotidianas relativas al dinero.



VALORES

TRANSPARENCIA. En quickgold todo queda a la vista del cliente. Los precios serán claros, así como nuestros pesajes y la forma de calcular el valor final de las tasaciones.

VERACIDAD. Nos comprometemos a cumplir siempre con nuestra imagen y nuestra publicidad siempre será veraz.

FIABILIDAD. Contamos con los mejores sistemas de tasación y verificación para que nuestras tasaciones se ajusten a la realidad. Nuestra formación se adecúa a la exigencia de nuestros clientes.

FLEXIBILIDAD. Escuchamos las propuestas de nuestros clientes con actitud de mejora para aportar nuevas soluciones a sus necesidades.

EMPATÍA. Entendemos la importancia de cada venta para cada cliente y les damos un trato personalizado.

PROFESIONALIDAD. La formación continua de nuestro personal garantiza la mejor atención al cliente. Satisfaciendo así sus preguntas y dudas.

Nuestra imagen es el reflejo de nuestros principios



IMAGEN
QUICKGOLD



Mínimo riesgo,
Máxima rentabilidad

MÉTODO QUICKGOLD

TRES NEGOCIOS EN UNO, MÁS UNO

MINIMIZAR GASTOS

SIN SOBRECOSTES DE PERSONAL

ESPACIOS PEQUEÑOS

POCOS GASTOS FIJOS

COMPRA Y VENTA
DE METALES

35%

CAMBIO DE
DIVISAS

25%

EMPEÑOS DE
JOYAS

35%

COMPRA Y VENTA
DE METALES

CAMBIO DE
DIVISAS

VENTA DE
JOYERÍA

EMPEÑOS DE
JOYAS

5%

quickgold desarrolla constantemente nuevas líneas de negocio en respuesta a las necesidades del mercado cambiante.

Las nuevas líneas coexisten en la tienda, sin necesidad de inversión ni personal adicional.

De este modo rentabilizamos al máximo las tiendas, aumentando la facturación y manteniendo los gastos constantes y reducidos al mínimo.

NUEVA LÍNEA DE NEGOCIO

VENTA DE JOYERÍA

FILOSOFÍA DE NEGOCIO

Nuestra política de expansión se caracteriza por abrir tiendas solo en las ciudades óptimas y dentro de ellas en localizaciones estratégicas. Así, todas nuestras tiendas son rentables y conseguimos el máximo beneficio.

MAXIMIZAR FACTURACIÓN

- Amplio abanico de líneas de negocio.
- Óptima gestión del negocio.
- Correcta gestión de datos comerciales.
- Excelente atención al cliente.

MINIMIZAR GASTOS

- Control del gasto de publicidad y máximo rendimiento del mismo.
- Las nuevas líneas de negocio no originan gastos extra.
- Optimización de medios y recursos.

RENTABILIDAD MÁXIMA DE PEQUEÑOS ESPACIOS



CLIENTE OBJETIVO

quickgold busca soluciones alternativas a los métodos de financiación tradicionales abarcando un amplio espectro de clientes objetivos.

ORO DE INVERSIÓN

Inversores a largo plazo, pequeños inversores, coleccionismo.

DIVISA

Turismo, migrantes, trabajadores desplazados.

COMPRA Y VENTA DE METALES

Herencias, financiación rápida, desuso.

EMPEÑOS SOBRE JOYAS

Crédito instantáneo, créditos puente, financiación de último recurso.

JOYERÍA DE OCASIÓN

Herencias, financiación rápida, desuso.



Minimizar gastos,
Maximizar ingresos

DATOS ECONÓMICOS

INVERSIÓN INICIAL

GASTOS DE PROYECTO Y DOCUMENTACIÓN	
INGENIERO	1.000 - 1.500€
LICENCIA DE OBRA	Depende de provincia. Normalmente un tanto % de la obra
LICENCIA DE APERTURA	Depende de provincia. Por regla general se tramita con la licencia de obra
DECLARACIÓN RESPONSABLE	Depende de provincia
MODELO 790 CÓDIGO 053	207, 67€ (2018) Esta tasa depende de Seguridad Privada del CNP. No se paga en todas las provincias

GASTOS DE INFRAESTRUCTURA Y OBRA CIVIL	
OBRA CIVIL	400 – 600€ m ²
CRISTAL P6B / BR2	350€ m ² / 470€ m ²
PUERTA GRADO 5 <small>Opcionalmente se puede poner antibalas</small>	1.400€
CAJA FUERTE GRADO IV	1.321€
CHAPA BR2 <small>Opcional</small>	44€ m ²
PASAMONEDAS	200€

ROTULACIÓN, SEGURIDAD Y EQUIPACIÓN TIENDA	
ROTULACIÓN	3.000€
VINILAJE	1.500€
MOBILIARIO	1.500€
EQUIPAMIENTO TIENDA	3.000€
SEGURIDAD <small>CÁMARAS, SENSORES, etc.</small>	

<p>CANON quickgold 20.000€</p>	<p>6.000€ íntegros para la apertura de la tienda destinados a publicidad</p>
	<p>Selección, asesoramiento o/y supervisión en el proceso de selección del personal de tienda</p>
	<p>Formación de tienda: Comprobación de oro, plata, divisa,... utilización de herramientas, uso del programa, etc...</p>
	<p>Formación sobre gestión del negocio</p>
	<p>Uso software informático de quickgold</p>
	<p>Asesoramiento desde la central de quickgold de local, obra y documentación requerida</p>
	<p>Zona de exclusividad</p>
	<p>Utilización y uso de la marca quickgold</p>

Antes de la firma definitiva se hará una reserva de zona de exclusividad en la que se tendrán que abonar 3.000 € que se descontarán del canon de quickgold

<p>CAPITAL NECESARIO APERTURA 80.000€</p>	<p>ESTA CANTIDAD ES UNA MEDIA ESTIMADA PARA QUE EL NEGOCIO CREZCA DE MANERA CORRECTA DURANTE EL PRIMER AÑO. ESTE DINERO NO FORMA PARTE DE LA INVERSIÓN YA QUE SE ENTREGA A CAMBIO DE COMPRAS O EMPEÑOS DE JOYAS Y CAMBIOS DE DIVISA, SIEMPRE ESTARÁ AVALADO POR LAS CITADAS TRANSACCIONES.</p>
--	--

CUENTAS DE EXPLOTACIÓN

AÑO 1

CONCEPTO	COMPRAS	VENTAS	GASTOS DIRECTOS ¹	OTROS GASTOS ³	INCENTIVOS ⁶	MARGEN COMERCIAL	MEDIA MENSUAL
ORO	318729,56€	352.769,88€	3.187,30€	- €	379,05€	30.473,97€	2.539,50€
PLATA	13.728,00€	17.846,40€	137,28€	549,12€	19,95€	3.412,05€	284,34€
DIVISAS	541.400,00€	568.470,00€	- €	2.707,00€	266,00€	24.097,00€	2.008,08€
CONCEPTO	EMPEÑOS NUEVOS	CARTERA MEDIA	INTERESES	GASTOS DIRECTOS ²	INCENTIVOS ⁶	MARGEN COMERCIAL	MEDIA MENSUAL
EMPEÑOS ⁴	136.938,96€	23.435,64€	14.061,38€	2.812,28€	266,00€	10.983,11€	915,26€
TOTAL INGRESOS						68.966,13€	5.747,18€

GASTOS TIENDA				
CONCEPTO	IMPORTE	CANTIDAD	TOTAL ⁵	MEDIA MENSUAL
EMPLEADOS	965,00€	33 h/mes	13.046,80€	965,00€
EMPLEADOS	965,00€	33 h/mes	13.046,80€	965,00€
SEG. SOCIAL	315,00€	33 h/mes	4.258,80€	315,00€
SEG. SOCIAL	315,00€	33 h/mes	4.258,80€	315,00€
ALARMA	25,00€	x12 meses	300,00€	25,00€
LOCAL	1.500,00€	x12 meses	18.000,00€	1.500,00€
ASESORÍA	250,00€	x12 meses	3.000,00€	250,00€
BANCOS	10,00€	x12 meses	120,00€	10,00€
SUMINISTROS	100,00€	x12 meses	1.200,00€	100,00€
SEGURO	75,00€	x12 meses	900,00€	75,00€
CONSUMIBLES COMPROBACIÓN	20,00€	x12 meses	240,00€	20,00€
CONSUMIBLES PAPELERÍA	30,00€	x12 meses	360,00€	30,00€
TOTAL GASTOS			58.731,20€	4.570,00€

BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS 10.234,93€

- ¹ 1% mensual de las compras de oro y plata destinado íntegramente a publicidad.
- ² 1% mensual en concepto de royalty.
- ³ En la plata representan los gastos de afinaje, en la divisa corresponde al 0,5% en concepto de royalty.
- ⁴ En el caso de los empeños los números corresponden a una media mensual a excepción de los royalties y el margen comercial que están calculados anualmente.
- ⁵ En los totales están calculados los periodos vacacionales y posibles eventualidades.
- ⁶ Incentivos que se les da a los empleados por la consecución de objetivos. En la media mensual se restan al margen comercial.

AÑO 2

CONCEPTO	COMPRAS	VENTAS	GASTOS DIRECTOS ¹	OTROS GASTOS ³	INCENTIVOS ⁶	MARGEN COMERCIAL	MEDIA MENSUAL
ORO	476.200,00€	527.058,16€	4.762,00€	- €	758,10€	45.338,06€	3.778,17€
PLATA	19.340,00€	25.142,00€	193,40€	773,60€	39,90€	4.795,10€	399,59€
DIVISAS	896.422,05€	941.243,15€	- €	4.482,11€	798,00€	39.540,99€	3.295,08€
CONCEPTO	EMPEÑOS NUEVOS	CARTERA MEDIA	INTERESES	GASTOS DIRECTOS ²	INCENTIVOS ⁶	MARGEN COMERCIAL	MEDIA MENSUAL
EMPEÑOS ⁴	152.403,84€	61.300,00€	36.780,00€	7.356,00€	798,00€	28.626,00€	2.385,50€
TOTAL						118.300,15€	9.858,35€

GASTOS TIENDA				
CONCEPTO	IMPORTE ⁷	CANTIDAD	TOTAL ⁵	MEDIA MENSUAL
EMPLEADOS	1.242,30€	40 h/mes	16.795,90€	1.242,30€
EMPLEADOS	974,65€	33 h/mes	13.177,27€	974,65€
SEG. SOCIAL	363,60€	40 h/mes	4.915,87€	363,60€
SEG. SOCIAL	318,15€	33 h/mes	4.301,39€	318,15€
ALARMA	25,25€	x12 meses	303,00€	25,25€
LOCAL	1.515,00€	x12 meses	18.180,00€	1.515,00€
ASESORÍA	252,50€	x12 meses	3.030,00€	252,50€
BANCOS	10,10€	x12 meses	121,20€	10,10€
SUMINISTROS	101,00€	x12 meses	1.212,00€	101,00€
SEGURO	100,00€	x12 meses	1.200,00€	100,00€
CONSUMIBLES COMPROBACIÓN	20,20€	x12 meses	242,40€	20,20€
CONSUMIBLES PAPELERÍA	50,00€	x12 meses	600,00€	50,00€
TOTAL			63.236,62€	4.902,55€

BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS 55.063,53€

- ¹ 1% mensual de las compras de oro y plata destinado íntegramente a publicidad.
- ² 1% mensual en concepto de royalty.
- ³ En la plata representan los gastos de afinaje, en la divisa corresponde al 0,5% en concepto de royalty.
- ⁴ En el caso de los empeños los números corresponden a una media mensual a excepción de los royalties y el margen comercial que están calculados anualmente.
- ⁵ En los totales están calculados los periodos vacacionales y posibles eventualidades.
- ⁶ Incentivos que se les da a los empleados por la consecución de objetivos. En la media mensual se restan al margen comercial.
- ⁷ En los importes del segundo y tercer año está añadido un 1% de IPC a excepción del concepto seguro, ya que este se calcula en función del valor, (compras, empeños y divisas), que tengamos en nuestra caja fuerte.

AÑO 3

CONCEPTO	COMPRAS	VENTAS	GASTOS DIRECTOS ¹	OTROS GASTOS ³	INCENTIVOS ⁶	MARGEN COMERCIAL	MEDIA MENSUAL
ORO	590.365,44€	653.416,47€	5.903,65€	- €	1.263,50€	55.883,87€	4.656,99€
PLATA	23.846,00€	30.999,80€	238,46€	953,84€	66,50€	5.895,00€	491,25€
DIVISAS	946.402,20€	993.722,31€	- €	4.732,01€	1.330,00€	41.258,10€	3.438,17€
CONCEPTO	EMPEÑOS NUEVOS	CARTERA MEDIA	INTERESES	GASTOS DIRECTOS ²	INCENTIVOS ⁶	MARGEN COMERCIAL	MEDIA MENSUAL
EMPEÑOS ⁴	172.545,84€	103.337,21€	62.002,33€	12.400,47€	1.330,00€	48.271,86€	4.022,66€
TOTAL						151.308,83€	12.609,07€

GASTOS TIENDA				
CONCEPTO	IMPORTE ⁷	CANTIDAD	TOTAL ⁵	MEDIA MENSUAL
EMPLEADOS	1.254,72€	40 h/mes	16.963,85€	1.254,72€
EMPLEADOS	1.254,72€	40 h/mes	16.963,85€	1.254,72€
SEG. SOCIAL	367,24€	40 h/mes	4.965,03€	367,24€
SEG. SOCIAL	367,24€	40 h/mes	4.965,03€	367,24€
ALARMA	25,50€	x12 meses	306,03€	25,50€
LOCAL	1.530,15€	x12 meses	18.361,80€	1.530,15€
ASESORÍA	255,03€	x12 meses	3.060,30€	255,03€
BANCOS	10,20€	x12 meses	122,41€	10,20€
SUMINISTROS	102,01€	x12 meses	1.224,12€	102,01€
SEGURO	140,00€	x12 meses	1.680,00€	140,00€
CONSUMIBLES COMPROBACIÓN	20,40€	x12 meses	244,82€	20,40€
CONSUMIBLES PAPELERÍA	80,00€	x12 meses	960,00€	80,00€
TOTAL			68.612,43€	5.306,81€

BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS

82.696,40€

- ¹ 1% mensual de las compras de oro y plata destinado íntegramente a publicidad.
- ² 1% mensual en concepto de royalty.
- ³ En la plata representan los gastos de afinaje, en la divisa corresponde al 0,5% en concepto de royalty.
- ⁴ En el caso de los empeños los números corresponden a una media mensual a excepción de los royalties y el margen comercial que están calculados anualmente.
- ⁵ En los totales están calculados los periodos vacacionales y posibles eventualidades.
- ⁶ Incentivos que se les da a los empleados por la consecución de objetivos. En la media mensual se restan al margen comercial.
- ⁷ En los importes del segundo y tercer año está añadido un 1% de IPC a excepción del concepto seguro, ya que este se calcula en función del valor, (compras, empeños y divisas), que tengamos en nuestra caja fuerte.

Nuestro modelo de franquicia, está enfocado en la optimización de recursos, aprovechando al máximo el espacio y el personal.

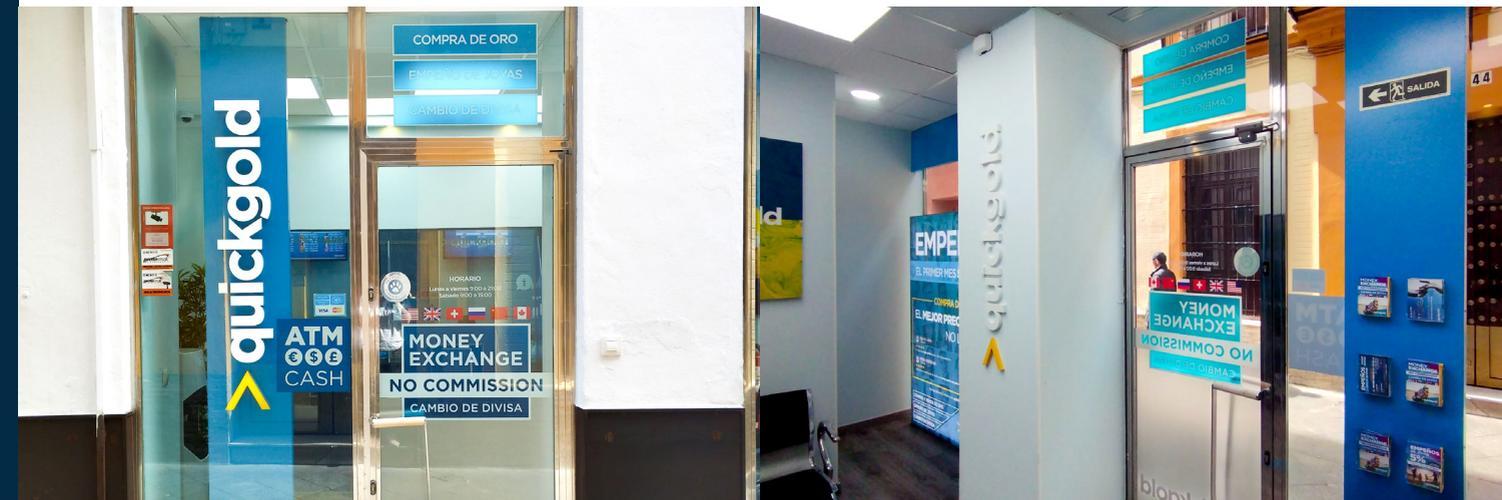


NUESTRAS TIENDAS

La cifra indica el número de tiendas que hay en esa ciudad.

ALCALÁ DE HENARES	MADRID (14 tiendas)
ALCOBENDAS	MÁLAGA (3 tiendas)
ALCORCÓN	MARBELLA
ALICANTE (2 tiendas)	MÓSTOLES
ALMERÍA	MURCIA (2 tiendas)
BARCELONA (6 tiendas)	OVIEDO
BENIDORM	PALMA (2 tiendas)
BILBAO	REUS
BURGOS	ROQUETAS DE MAR
CÁDIZ	SANTA CRUZ
CARTAGENA	SANTANDER
CASTELLÓN	SANTIAGO DE COMPOSTELA
CÓRDOBA	SEVILLA (2 tiendas)
ELCHE	TARRAGONA
GETAFE	TORREJÓN DE ARDOZ
GIJÓN	VALENCIA (5 tiendas)
GRANADA	VALLADOLID
JEREZ	VIGO
LA CORUÑA	VITORIA
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	TORREVIEJA
LEÓN	DONOSTIA
LOGROÑO	ZARAGOZA (2 tiendas)

EXPANSIÓN



PASOS DE APERTURA

Contacto inicial con el candidato.

Envío de Dossier-presentación de la Franquicia.

Entrevista personal con el candidato.

Confirmación de Aptitud del candidato por parte de la Franquicia.

Definición del área geográfica de la apertura.

Firma Precontrato.

Búsqueda y selección del local / Financiación.

Constitución de la Sociedad.

Firma de Contrato de Franquicia.

Solicitud de licencias y trámites administrativos.

Realización de la Obra.

Selección y Formación del personal.

APERTURA



SERVICIOS DE CENTRAL

COMERCIAL

Respaldo continuo de los área managers.

Asesoramiento comercial a empleados y franquiciados.

Análisis y conclusiones sobre los datos económicos.

ADMINISTRACIÓN

Apoyo y asesoramiento en:

- Facturación.
- Gestión de tiendas.
- Análisis financiero.

EXPANSIÓN

Supervisión de candidatos.

Control de aperturas.

DOCUMENTACIÓN Y RRHH

Asesoramiento sobre recursos humanos.

Burocracia y cumplimiento legal.

Gestión documental.

MARKETING

Gestión de la publicidad, tanto offline como online.

Creación de campañas para potenciar cada una de las tiendas.

Gestión de redes sociales.

FORMACIÓN

Comprobación y sistemas de tasación de metales preciosos y divisas.

Utilización del software de gestión.

Formación en procesos y protocolos.

QUIÉNES SOMOS



quickgold pertenece al **Grupo OTSU**.

OTSU es una “compañía de compañías”. Un grupo especializado en la creación y desarrollo de proyectos a través de la identificación de un sector de oportunidad con el que nos identificamos en su génesis, visión y valores y captación de un líder de proyecto, con el máximo talento, capacitado y apasionado asimismo del sector.

“Estoy convencido de que la mitad de lo que separa a los emprendedores exitosos de los no exitosos es la perseverancia.”

Steve Jobs



OFICINA VALENCIA

Ronda Auguste y Louis Lumiere, 23. Nave 8
46890 Paterna (Valencia)
960 253 682
expansion@quickgold.es
www.quickgold.es

OFICINA MADRID

Avenida Montevalina 1A
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
917 379 097
expansion@quickgold.es
www.quickgold.es

> quickgold