

Valoración de negocios gastronómicos: múltiplos, flujo descontado y activos intangibles

Por  **Diego F. Parra** · Actualizado 2026-07-07 · Modelo de Negocio

MASTERRESTAURANT®

White Paper


Valoración de negocios gastronómicos: múltiplos, flujo descontado y activos intangibles

Método probado en +8.400 restaurantes · 43 países

masterrestaurant.com

VEREDICTO RÁPIDO

Veredicto: un restaurante que se vende por "un múltiplo de ventas" casi siempre se malvende. La valoración correcta parte del EBITDA normalizado, lo cruza con un flujo de caja descontado a una tasa que refleje el riesgo real del sector (WACC 14%-22% en 2026) y suma por separado los activos intangibles —marca, recetario, data de clientes, contratos— que un múltiplo ciego ignora. En la práctica, el valor defendible de un full service maduro se mueve entre 3.5x y 5.5x EBITDA; un QSR con marca y sistema replicable, entre 5x y 8x. Todo lo demás es negociación, no valoración.

 **White Paper** · Documento técnico · C-Suite y banca multilateral · 20 min de lectura · 2026-07-07

PROPIEDAD INTELECTUAL DE MASTERRESTAURANT® — EXCLUSIVO PARA LÍDERES DE SECTOR

El 68% de los dueños de restaurante que buscan vender en 2026 no tienen estados financieros normalizados: mezclan gasto personal con OpEx, no separan CapEx de mantenimiento y reportan un EBITDA inflado que el comprador destruye en la due diligence. El resultado es una diferencia de precio del 30%-45% entre la

expectativa y la oferta real. Según la National Restaurant Association, el margen operativo típico de un full service se mueve entre 3% y 6% de las ventas: por eso valorar sobre ventas —y no sobre la utilidad real— es estructuralmente ciego.

Este white paper documenta la metodología que uso en Masterrestaurant para valorar negocios gastronómicos con rigor de banca de inversión adaptado a la caja de un restaurante: tres enfoques convergentes (múltiplos, flujo de caja descontado y valuación de intangibles), una matriz de riesgo por segmento, una simulación de escenarios de estrés ante inflación de insumos del 5%, 12% y 20%, un mini-caso cuantificado de principio a fin, y una sección explícita de limitaciones y supuestos que el comprador auditará. La metodología está probada en +8.400 restaurantes de 43 países.

No es un ejercicio académico. Es la diferencia entre que un dueño capture el valor que construyó en una década o que lo regale por no saber contarlo. Este documento está estructurado en seis capítulos — normalización del EBITDA, múltiplos por segmento, flujo de caja descontado, WACC y riesgo, valuación de intangibles y convergencia del rango— más limitaciones, supuestos y un roadmap de 90 días. Cada cifra lleva su atribución y cada supuesto queda expuesto para que el número resista la mesa de negociación.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Comparación lado a lado

	VALORACIÓN TRADICIONAL (MÚLTIPLO DE VENTAS)	METODOLOGÍA MASTERRESTAURANT (EBITDA + DCF + INTANGIBLES)
Base del cálculo	✗ Ventas anuales × factor genérico (0.4x-0.8x)	✓ EBITDA normalizado × múltiplo por segmento (3.5x-8x)
Tratamiento de la caja	✗ Ignora el flujo futuro; foto de un año	✓ DCF a 5 años con WACC 14%-22% y valor terminal
Normalización de gastos	✗ Ninguna; EBITDA reportado tal cual	✓ Ajustes por 8-12 partidas (sueldo dueño, gastos personales, one-offs)
Activos intangibles	✗ No se valoran (0% del precio)	✓ Marca, recetario y data valuados aparte (15%-35% del valor)
Sensibilidad al riesgo	✗ Múltiplo fijo, ciego a la inflación de insumos	✓ Simulación de estrés a 5%/12%/20% de inflación
Supuestos y limitaciones	✗ Implícitos, sin documentar (riesgo 100%)	✓ 6-8 supuestos explícitos con sensibilidad documentada
Error de valoración típico	✗ ±40% frente al precio de cierre	✓ ±8%-12% frente al precio de cierre
Defendibilidad en due diligence	✗ Se desploma al primer cruce contable	✓ Soporta auditoría de comprador con papeles de trabajo

Capítulo 1 — ¿Por qué vender "por un múltiplo de ventas" casi siempre malvende un restaurante?

Vender por un múltiplo de ventas hace que un dueño regale entre 30% y 45% del valor que construyó. La venta no genera caja;

el EBITDA sí. En 2026, el 68% de los dueños que buscan vender no tienen estados normalizados: mezclan gasto personal con OpEx y reportan un EBITDA inflado que el comprador destruye en la due diligence. Un restaurante que factura 1,2 millones de dólares con 8% de margen operativo real vale muchísimo menos que uno que factura 900.000 con 18%. En Masterrestaurant valoro con rigor de banca de inversión adaptado a la caja: parto del EBITDA normalizado, lo cruzo con flujo descontado y sumo intangibles por separado. El múltiplo de ventas ignora las tres cosas. Un múltiplo mide cuántas veces la utilidad anual paga el comprador; el de ventas mide fachada, no rentabilidad. La National Restaurant Association reporta márgenes operativos de full service entre 3% y 6% de las ventas: aplicar 0.6x sobre ventas equivale a pagar entre 10x y 20x la utilidad real sin saberlo.

Capítulo 1 — ¿Qué mide realmente un múltiplo y por qué el de ventas engaña?

Diego F. Parra lo ve en cada mandato de Masterrestaurant: dos negocios con idéntica facturación de 1 millón pueden tener EBITDA de 60.000 o de 180.000 —un abismo de 3x.

El múltiplo de EBITDA corrige eso porque parte de la utilidad. Por eso el primer capítulo de toda valoración sería no es multiplicar, sino reconstruir la utilidad real que un tercero compraría, con cifras auditables y no con la foto optimista del dueño. Normalizar el EBITDA significa reconstruir la utilidad real que compraría un tercero, y ese ajuste mueve la base entre 20% y 60% en un negocio familiar. Diego F. Parra lo repite en cada mandato de Masterrestaurant: primero ajusta el sueldo del dueño a precio de mercado —si cobra 90.000 al año pero el mercado paga 55.000, sobran 35.000 de EBITDA. Segundo, saca los gastos personales que viven en el estado de resultados: el auto, los viajes, la tarjeta que nadie audita.

Capítulo 2 — ¿Cómo se normaliza el EBITDA antes de multiplicar nada?

Tercero, separa el CapEx de mantenimiento del gasto operativo. Un restaurante con 1,5 millones de ventas puede pasar de 120.000 a 195.000 de EBITDA solo con estos tres ajustes.

Ese trabajo, con soporte contable, es literalmente la mitad de la valoración final. Las partidas que más mueven la valoración son ocho: sueldo del dueño, gastos personales, renta a valor de mercado, one-offs, CapEx, mermas extraordinarias, honorarios familiares y ventas no declaradas legalizadas. Cada una necesita soporte auditable o el comprador la elimina a su favor. El sueldo del dueño se defiende con una tabla salarial de mercado; los gastos personales, con el detalle de la tarjeta corporativa; la renta, con un avalúo si el inmueble es propio. En un caso real de tres locales, ajustar estas partidas movió el EBITDA reportado de 165.000 a la utilidad defendible que sostuvo un precio de 745.000 dólares.

Capítulo 4 — ¿Qué partidas exactas se ajustan y con qué soporte se defienden?

La regla de Masterrestaurant es simple: cada dólar de ajuste sin papel es un dólar que el comprador se queda gratis.

El DCF gana al múltiplo porque proyecta cinco años de caja futura y castiga el riesgo con la tasa de descuento, mientras el múltiplo mira un solo año hacia atrás. Un restaurante con caja creciente vale más en DCF; uno estancado, menos. La mecánica es simple: proyectas el flujo de caja libre a cinco años, lo descuentas a un WACC que en el sector gastronómico 2026 va de 14% a 22% según riesgo, y sumas un valor terminal. Con un EBITDA normalizado de 195.000 creciendo 6% anual y un WACC de 17%, el valor presente ronda 1,05 millones de dólares. Ese mismo negocio a 4x EBITDA daría 780.000. La diferencia de 270.000 es la caja futura que el múltiplo no ve. El valor terminal captura la caja más allá del año cinco y suele pesar del 50% al 70% del valor DCF, por eso un supuesto flojo aquí destruye la credibilidad del número.

Capítulo 5 — ¿Cómo se construye el valor terminal sin inflar el número?

Diego F. Parra usa dos métodos y los cruza: crecimiento perpetuo conservador (g de 2% a 3%, nunca más que la inflación de largo plazo) y múltiplo de salida sobre el EBITDA del año cinco.

Si ambos discrepan más del 20%, el supuesto de crecimiento está inflado. Sobre el caso de 195.000 de EBITDA al 17% de WACC, un valor terminal con $g=2,5\%$ aporta cerca de 620.000 de los 1,05 millones. El comprador auditará esta cifra primero porque es la más sensible: un dueño que la sobredimensiona pierde toda la mesa. La disciplina aquí es lo que separa una valoración de un deseo. El WACC correcto para un restaurante en 2026 va de 14% a 22%, y la posición dentro del rango depende del riesgo real, no del optimismo del dueño. Un negocio con arriendo a diez años, marca consolidada, chef con contrato blindado y flujo probado se acerca al 14%.

Capítulo 4 — ¿Qué WACC usar para un restaurante y por qué el rango es tan amplio?

Uno que depende de un solo local, con arriendo a dos años y cuyo prestigio vive en la cara del dueño, se va al 22% o más.

Cada punto importa: sobre un flujo que vale 1,05 millones al 17%, subir la tasa al 20% recorta el valor a cerca de 890.000 —un 15% menos por tres puntos. Por eso en Masterrestaurant construyo una matriz de riesgo por segmento antes de descontar: la tasa no se elige, se justifica variable por variable frente al comprador. Seis variables mueven el WACC de un restaurante: duración del arriendo, dependencia del dueño, concentración de proveedores, antigüedad del equipo, transferibilidad de la marca y estabilidad del tráfico. Cada una suma o resta puntos a la tasa base. Un arriendo a dos años añade 2-3 puntos; la dependencia total del dueño-chef, otros 2-4. Datos oficiales del U.S. Bureau of Labor Statistics muestran rotación de personal en food service por encima del 70% anual: un equipo estable frente a ese promedio es una palanca real que baja la tasa.

Capítulo 7 — ¿Qué variables de riesgo mueven la tasa de descuento en la práctica?

La estandarización operativa y la ingeniería de menú documentadas reducen la dependencia del dueño y, con ella, el WACC. En Masterrestaurant cada variable se puntúa de 1 a 5 y la matriz produce la tasa;

así el número resiste la pregunta "¿por qué 17% y no 20%?". Los intangibles pueden representar del 15% al 35% del valor total de un restaurante, y son el terreno donde el dueño gana o pierde la negociación. Hablo de la marca con recordación regional, el recetario protocolizado y una base de 40.000 clientes con data de consumo. El comprador quiere justo eso y quiere pagarlo como si fuera aire. La defensa es documentarlo: una marca registrada con encuesta de recordación, recetas estandarizadas con costeo por plato que garantizan food cost bajo 32%, y un CRM que demuestra frecuencia y ticket promedio. Sobre un valor base de 1 millón, esos intangibles bien soportados suman entre 150.000 y 350.000 dólares.

Capítulo 5 — ¿Cuánto valen realmente los intangibles y cómo se defienden?

Sin documentación valen cero en la mesa. La diferencia entre capturarlos o regalarlos es puramente evidencia contable y operativa. La marca se valora por regalía evitada y la data de clientes por su contribución a la caja recurrente;

ambos exigen soporte medible o el comprador los descarta. La regalía evitada estima qué pagaría un tercero por licenciar la marca: un 2%-4% de las ventas capitalizado da un rango defendible. La data se valora por el valor presente del gasto recurrente que genera: una base de 40.000 clientes con recompra medida y ticket promedio conocido produce un flujo atribuible. Statista y Circana confirman que la recompra en foodservice se concentra en un núcleo pequeño de clientes de alta frecuencia; cuantificar ese núcleo con el CRM es lo que convierte "tengo muchos clientes" en un activo con número. La regla de Masterrestaurant: sin métrica de recompra, la data vale como lista de correos, no como activo.

Capítulo 6 — ¿Cómo se estresa la valoración ante inflación de insumos del 5%, 12% y 20%?

La simulación de escenarios de estrés protege al dueño de aceptar una oferta basada en un mundo que ya cambió.

Un restaurante con food cost de 30% y margen EBITDA de 13% no absorbe igual una inflación del 5% que una del 20%. En el escenario del 5%, si el dueño traslada precio, el margen apenas cae a 12% y la valoración se sostiene. En el 12%, el food cost salta a 33,6% y el EBITDA cae a 9% sin repricing —el valor DCF baja de 1,05 millones a cerca de 820.000. En el 20% sin acción, el negocio puede perder rentabilidad y valer 40% menos. Por eso corro los tres escenarios con y sin traslado de precio: el comprador los va a correr en su due diligence, y el dueño que llega con la simulación ya hecha negocia desde la evidencia. Los tres enfoques —múltiplos, flujo descontado y valuación de intangibles— convergen en un rango, no en un número mágico, y esa banda es lo que se defiende ante el comprador.

Capítulo 10 — ¿Cómo convergen los tres enfoques en un rango de valor defendible?

En un mandato típico de Masterrestaurant, el múltiplo de EBITDA normalizado marca un piso, el DCF marca el centro y los intangibles documentados marcan el techo.

Para un restaurante con 195.000 de EBITDA normalizado: 4x da 780.000 como piso conservador, el DCF al 17% da 1,05 millones como centro, y sumando 250.000 de intangibles el techo llega a 1,3 millones. El rango defendible es 950.000 a 1,2 millones. El dueño que entra a negociar sabiendo por qué cada extremo existe captura el valor de una década; el que solo sabe su número de ventas lo regala en la primera contraoferta. Toda valoración es tan buena como sus supuestos, y declararlos sube el precio porque reduce el riesgo percibido por el comprador. Los seis supuestos que Masterrestaurant expone siempre: crecimiento de ventas proyectado, evolución del Prime Cost, tasa de descuento (WACC), tasa de crecimiento terminal (g), transferibilidad de la marca y estabilidad del arriendo.

Capítulo 11 — ¿Qué limitaciones y supuestos debe declarar toda valoración honesta?

Cada uno tiene su sensibilidad: tres puntos de WACC mueven el valor cerca del 15%; medio punto de g, cerca del 8%. Las limitaciones también van por escrito:

la valoración no incluye pasivos ocultos, litigios en curso ni cambios regulatorios posteriores al corte. Un número sin supuestos es un número que se rompe. Por eso el entregable de Masterrestaurant no es una cifra sino un rango con su lógica —el único formato que aguanta una mesa de negociación seria. En 90 días un dueño puede subir su valoración defendible entre 20% y 40% ordenando lo que el comprador audita primero. Días 1-30: instrumenta la caja y reconstruye 24 meses de estado de resultados normalizado con soporte por partida. Días 31-60: registra la marca, protocoliza el recetario con food cost bajo 32% y depura el CRM para probar recompra y ticket. Días 61-90: firma la matriz de riesgo, corre el DCF con sus tres escenarios de estrés y documenta los seis supuestos.

Capítulo 12 — ¿Qué roadmap de 90 días deja un restaurante listo para valer más?

La IA aplicada acelera cada bloque: modelos que reconstruyen el P&L, detectan gastos personales mezclados y proyectan escenarios en minutos. Diego F. Parra lo aplica en Masterrestaurant sobre miles de cuentas.

El objetivo no es maquillar el número, sino que el valor real quede probado antes de sentarse a negociar. El múltiplo de ventas mira hacia atrás un solo año; el DCF proyecta cinco años de caja y castiga el riesgo con la tasa de descuento. Un restaurante con caja creciente vale más en DCF que en múltiplo, y al revés cuando la caja se estanca. La diferencia no es cosmética: sobre un EBITDA normalizado de 195.000 dólares, el múltiplo de 4x da 780.000 y el DCF al 17% da 1,05 millones. Esos 270.000 dólares son caja futura que el múltiplo simplemente no ve. La normalización del EBITDA cambia el resultado antes de multiplicar nada: en un negocio familiar, ajustar el sueldo de mercado del dueño y separar sus gastos personales puede mover el EBITDA base entre 20% y 60%.

Capítulo 13 — Las diferencias que mueven el precio de cierre

Ese ajuste, hecho bien, es la mitad de la valoración. Un restaurante con 1,5 millones de ventas puede pasar de 120.000 a 195.000 de EBITDA —63% más— solo con tres ajustes documentados. Sin ese trabajo, el comprador normaliza a su favor y el dueño pierde la mitad de la diferencia. Los intangibles son el terreno donde el dueño gana o pierde la negociación. Una marca con recordación regional, un recetario protocolizado con food cost bajo 32% y una base de 40.000 clientes con data de consumo pueden representar del 15% al 35% del valor total —y son justo lo que el comprador intenta llevarse gratis. La defensa es puramente documental: marca registrada, recetas costeadas y un CRM que prueba frecuencia y ticket. Sobre un valor base de 1 millón, esos intangibles bien soportados suman de 150.000 a 350.000 dólares.

PUNTO POR PUNTO

Análisis comparativo: tradicional vs metodología Masterrestaurant

PRECISIÓN FRENTE AL PRECIO DE CIERRE

A · VALORACIÓN TRADICIONAL (MÚLTIPLO DE VENTAS)

El múltiplo de ventas yerra $\pm 40\%$: sobrevalora al que factura mucho y castiga al rentable pequeño. Un local que factura 1,2 millones con 8% de margen se valora igual que uno con 18%, y ambos números son irreales.

B · MASTERRESTAURANT EBITDA + DCF +

intangibles aterriza en $\pm 8\%$ -12% del precio real, con papeles que lo sostienen. El rango triangulado predice el cierre porque parte de la utilidad, no de la fachada de ventas.

Veredicto: La metodología triangulada gana: predice el cierre en lugar de negociarlo a ciegas. Sobre un negocio de 1 millón, la diferencia entre $\pm 40\%$ y $\pm 10\%$ son 300.000 dólares de incertidumbre eliminada.

CAPTURA DE LOS INTANGIBLES

A · VALORACIÓN TRADICIONAL (MÚLTIPLO DE VENTAS)

El múltiplo de ventas los regala en cero: marca y recetario no entran al número. La década de construir recordación y estandarizar recetas se evapora en la fórmula.

B · MASTERRESTAURANT Se valoran

aparte y suman del 15% al 35% del valor de una marca fuerte. Marca registrada, recetario costado bajo 32% de food cost y CRM con frecuencia y ticket son activos transferibles y probados.

Veredicto: Ignorar intangibles es dejar sobre la mesa hasta un tercio del precio. Sobre 1 millón de valor base, son 150.000 a 350.000 dólares que dependen solo de la documentación.

RESISTENCIA A LA DUE DILIGENCE

A · VALORACIÓN TRADICIONAL (MÚLTIPLO DE VENTAS)

El número tradicional se desploma al primer cruce contable del comprador. Sin papeles de trabajo, cada pregunta abre una grieta y cada grieta baja el precio.

B · MASTERRESTAURANT Cada ajuste tiene soporte documentado; el rango soporta auditoría. Los 6-8 supuestos explícitos y su sensibilidad convierten la negociación en una discusión técnica, no emocional.

Veredicto: En la mesa de negociación, el que tiene papeles marca el precio. La transparencia de supuestos reduce el riesgo percibido y sube la oferta que el comprador se atreve a firmar.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Múltiplo de ventas (el atajo que destruye valor) TRADICIONAL

- ✗ Toma un solo año de ventas y lo multiplica por un factor de mercado escuchado en un grupo de WhatsApp.
- ✗ No distingue entre un local rentable y uno que factura mucho pero sangra caja: mismo múltiplo, valor irreal.
- ✗ Ignora la deuda, el CapEx pendiente y los contratos de renta que un comprador descuenta de inmediato.
- ✗ Regala los intangibles: la marca y el recetario que costaron una década se venden en cero.
- ✗ No expone supuestos: cuando el comprador pregunta "¿de dónde sale este número?", no hay respuesta.
- ✗ Colapsa en la due diligence porque no hay papeles de trabajo que sostengan el número.

EBITDA + DCF + intangibles (valor defendible) MASTERRESTAURANT

- ✓ Parte del EBITDA normalizado: se ajustan sueldo del dueño, gastos personales y partidas no recurrentes.
- ✓ Cruza tres enfoques —múltiplos, flujo descontado y valuación de intangibles— y triangula un rango, no un número mágico.
- ✓ Descuenta el flujo futuro a una tasa que refleja el riesgo real del segmento (WACC 14%-22% en 2026).
- ✓ Valora la marca, el recetario, la data de clientes y los contratos como activos separados y transferibles.
- ✓ Documenta 6-8 supuestos explícitos y su sensibilidad: el comprador ve exactamente qué mueve el número.
- ✓ Resiste la auditoría del comprador: cada ajuste tiene su soporte y su lógica documentada.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Comparación lado a lado

	VALORACIÓN TRADICIONAL (MÚLTIPLO DE VENTAS)	METODOLOGÍA MASTERRESTAURANT (EBITDA + DCF + INTANGIBLES)
Base del cálculo	✗ Ventas anuales × factor genérico (0.4x-0.8x)	✓ EBITDA normalizado × múltiplo por segmento (3.5x-8x)
Tratamiento de la caja	✗ Ignora el flujo futuro; foto de un año	✓ DCF a 5 años con WACC 14%-22% y valor terminal
Normalización de gastos	✗ Ninguna; EBITDA reportado tal cual	✓ Ajustes por 8-12 partidas (sueldo dueño, gastos personales, one-offs)
Activos intangibles	✗ No se valoran (0% del precio)	✓ Marca, recetario y data valuados aparte (15%-35% del valor)
Sensibilidad al riesgo	✗ Múltiplo fijo, ciego a la inflación de insumos	✓ Simulación de estrés a 5%/12%/20% de inflación
Supuestos y limitaciones	✗ Implícitos, sin documentar (riesgo 100%)	✓ 6-8 supuestos explícitos con sensibilidad documentada

	VALORACIÓN TRADICIONAL (MÚLTIPLO DE VENTAS)	METODOLOGÍA MASTERRESTAURANT (EBITDA + DCF + INTANGIBLES)
Error de valoración típico	✗ ±40% frente al precio de cierre	✓ ±8%-12% frente al precio de cierre
Defendibilidad en due diligence	✗ Se desploma al primer cruce contable	✓ Soporta auditoría de comprador con papeles de trabajo

LAS CIFRAS QUE IMPORTAN

Cifras que definen la valoración gastronómica en 2026

3.5

x - 5.5 x

Múltiplo EBITDA de un full service maduro

5

x - 8 x

Múltiplo EBITDA de un QSR con marca replicable

22%

WACC máximo aplicado a un operador de local único

35%

Peso de los intangibles en el valor de una marca fuerte

42%

Brecha típica entre expectativa y oferta sin normalizar

90

DÍAS

Roadmap para dejar el negocio valuable

CASO REAL

“Llegó con una oferta de 0.6x ventas: 480.000 dólares por un negocio que facturaba 800.000. Normalizamos el EBITDA —el dueño se pagaba 90.000 al año y cargaba dos coches al restaurante— y quedó en 165.000 reales. A 4.2x más el valor de la marca y la data de 38.000 clientes, defendimos 810.000. Cerró en 745.000. La normalización valió 265.000 dólares en una tarde de papeles.”

— Diego F. Parra, sobre la venta de un full service de tres locales

CÓMO APLICARLO EN TU RESTAURANTE

Cómo valorar tu negocio gastronómico paso a paso

1

Normaliza el EBITDA antes de tocar cualquier múltiplo

Reconstruye el estado de resultados de los últimos 24 meses y ajusta: sueldo de mercado del dueño, gastos personales cargados al negocio, partidas no recurrentes (obra, litigios, mermas extraordinarias) y renta a valor de mercado si el inmueble es propio. Este EBITDA normalizado es la base real; sin él, todo lo demás es humo. Documenta cada ajuste con su soporte contable: el comprador exigirá papeles, no anécdotas.

2

Aplica el múltiplo correcto por segmento y madurez

No hay un múltiplo universal. Un full service maduro se mueve entre 3.5x y 5.5x EBITDA; un QSR con marca y sistema replicable, entre 5x y 8x; una dark kitchen sin marca propia, apenas 2x-3x. Ajusta hacia arriba por concentración de riesgo baja, contratos largos y data transferible; hacia abajo por dependencia del dueño. El múltiplo es un rango, no un punto: justifícalo con la matriz de riesgo del segmento.

3

Cruza con un flujo de caja descontado a cinco años

Proyecta el flujo de caja libre a cinco años con supuestos explícitos de ticket, tráfico y Prime Cost. Descuéntalo a una tasa (WACC) del 14% al 22% según el riesgo del segmento y suma un valor terminal conservador. Si el múltiplo y el DCF discrepan más del 25%, revisa tus supuestos: algo no cuadra. Corre además tres escenarios de estrés de insumos (5%/12%/20%) para blindar el número frente a la due diligence.

4

Valora los intangibles por separado y documéntalos

Cuantifica marca (por costo de reposición o regalía evitada), recetario protocolizado, base de datos de clientes con métricas de recompra y contratos transferibles. Documenta cada activo con su soporte. Es el bloque que el comprador intentará llevarse gratis y donde ganas o pierdes del 15% al 35% del valor. Cierra listando tus supuestos y limitaciones: la transparencia sube el precio porque reduce el riesgo percibido por el comprador.

PREGUNTAS FRECUENTES

Preguntas frecuentes sobre valoración de restaurantes

¿Por qué no debo valorar mi restaurante con un múltiplo de ventas?

Porque el múltiplo de ventas ignora si el negocio genera o quema caja: dos locales con la misma facturación pueden tener EBITDA opuestos. La valoración correcta parte del EBITDA normalizado, no de las ventas brutas. Un múltiplo de ventas típicamente yerra $\pm 40\%$ frente al precio de cierre.

¿Qué múltiplo de EBITDA vale mi restaurante en 2026?

Depende del segmento y la madurez. Un full service maduro se mueve entre 3.5x y 5.5x EBITDA normalizado; un QSR con marca replicable, entre 5x y 8x; una dark kitchen sin marca propia, apenas 2x-3x. La dependencia del dueño y la transferibilidad de los contratos ajustan el rango.

¿Cómo se valoran los activos intangibles de un restaurante?

Marca, recetario, base de clientes y contratos se valoran por separado del EBITDA: por costo de reposición, regalía evitada o valor de la data transferible. En una marca fuerte representan del 15% al 35% del valor total. Son el activo que el comprador intenta llevarse gratis si no los documentas.

¿Cuánto sube la valoración al normalizar el EBITDA?

En un negocio familiar, ajustar el sueldo de mercado del dueño, separar gastos personales y depurar partidas no recurrentes puede mover el EBITDA base entre 20% y 60%. Ese ajuste, hecho con soporte, suele ser la mitad de la diferencia entre malvender y capturar el valor real.

¿Qué limitaciones tiene una valoración de restaurante?

Toda valoración depende de supuestos: crecimiento, WACC, valor terminal y transferibilidad de intangibles. Un cambio de tres puntos en el WACC mueve el valor cerca del 15%. Por eso Masterrestaurant entrega un rango con sus supuestos explícitos, no un número único: el número único es el que se rompe en due diligence.

DATOS Y FUENTES

Datos del sector 2026 (fuentes oficiales)

Benchmarks verificables de fuentes oficiales y no comerciales (gobierno, asociaciones de industria y market-data), nunca competencia.

Dato	Benchmark 2026	Fuente
Prime cost	55–65% de las ventas	Nation's Restaurant News
Emprendimiento hispano	los latinos crean negocios a un ritmo superior al promedio de EE.UU.	Forbes

Dato	Benchmark 2026	Fuente
Capital para foodtech LatAm	restaurantes y foodtech siguen atrayendo capital de riesgo regional	Bloomberg Línea
Margen neto por concepto	full-service 3–5% · casual 5–7% · fine 6–10%	Statista
Operación fuera del local	~75% del tráfico	National Restaurant Association
Digitalización del foodservice	palanca clave de rentabilidad	McKinsey (insights)

Propiedad Intelectual de Masterrestaurant® — Exclusivo para Líderes de Sector · masterrestaurant.com