

Cómo abrir un restaurante paso a paso: el *antes* y el *después* de aplicar un marco de prefactibilidad



Por **Diego F. Parra** · Actualizado 2026-09-09 · Expansión y Franquicias

VEREDICTO RÁPIDO

Cómo abrir un restaurante paso a paso, en una frase: primero se valida el territorio y el unit economics en papel, después se firma el arriendo y se compra el equipo — nunca al revés. La secuencia tradicional (local bonito, arquitecto, carta, precios al final) es la que produce mortandad empresarial en el primer ciclo, porque el CapEx queda comprometido antes de que exista una sola cifra de margen de contribución. El marco que documenta este paper invierte el orden: prefactibilidad territorial y prueba de concepto financiera en las semanas 1 a 6, arriendo y obra a partir de la semana 7, apertura con manual operativo replicable y prime cost presupuestado. Con las regalías de franquicia gastronómica moviéndose entre 4% y 8% de las ventas brutas (Toast, 2025) y un promedio de 7,1% en 1.842 sistemas analizados (GrowthFactor, 2026), un punto de food cost fuera de control ya no es un error de dueño: es riesgo crediticio para la cartera que financió la apertura.

Un oficial de inversión de banca multilateral no evalúa restaurantes; evalúa carteras. Y la cartera gastronómica de América Latina arrastra un problema de diseño que ningún desembolso corrige después: se financia la obra civil antes de que exista evidencia de que la unidad puede sostener su punto de equilibrio. La consecuencia se ve en las series de empleo formal — el sector emplea intensivamente, con baja barrera de entrada y alta rotación, y cada cierre destruye puestos que la informalidad absorbe en peores condiciones, justo lo que la meta del ODS 8 sobre trabajo decente busca revertir.

El dato que ordena la discusión viene del mundo franquiciado, porque es el único segmento con reporte sistemático. Las franquicias en Estados Unidos produjeron más de 936.400 millones de dólares en 2025, un alza del 4,4% frente a los 896.900 millones del año anterior (International Franchise Association, 2025), y el segmento QSR franquiciado llegó a 321.800 millones en 2025 con un crecimiento del 5,4% (International Franchise Association, 2025). Ese vigor no es prueba de que abrir sea fácil: es prueba de que la replicabilidad documentada rinde y la improvisación no.

En Colombia, las ventas del sector gastronómico crecieron alrededor de 7% en el primer semestre de 2025 tras la caída del año previo (ACODRES/ACOGA vía Infobae, 2025). Recuperación, sí. Pero recuperación sobre una base golpeada por precios de alimentos, y eso cambia por completo la aritmética de una apertura nueva: el proyecto que se costó con el food cost de hace dos años entra al mercado con un prime cost que ya no cierra. La pregunta útil para SATE Institute y para Masterrestaurant S.A.S. como aliado tecnológico no es si el sector crece, sino qué instrumentos permiten que ese crecimiento genere empleo formal sostenible en lugar de una rotación de locales que devora capital de trabajo público y privado.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Comparación lado a lado

	APERTURA TRADICIONAL (SECUENCIA POR INSTINTO)	APERTURA CON MARCO DE PREFACTIBILIDAD (MASTERRESTAURANT)
Momento en que se compromete el CapEx	✗ Semana 1-2: se firma arriendo y se contrata obra antes de modelar margen	✓ Semana 7: se firma solo después de 6 semanas de validación territorial y financiera
Food cost objetivo definido	✗ Se calcula después de abrir, sobre precios ya impresos en la carta	✓ Techo de 32% por plato fijado antes de escribir la carta
Prime cost presupuestado (food + labor)	✗ No existe línea de presupuesto; se descubre en el primer cierre mensual	✓ Banda objetivo 55%-60% cargada al modelo desde la semana 3

	APERTURA TRADICIONAL (SECUENCIA POR INSTINTO)	APERTURA CON MARCO DE PREFACTIBILIDAD (MASTERRESTAURANT)
Regalía o fee de marca si hay franquicia gastronómica	✗ Se acepta el porcentaje del contrato sin simularlo contra el break-even	✓ Se simula al 4%, 7,1% y 12% (GrowthFactor 2026) antes de firmar
Manual operativo replicable	✗ Se redacta cuando se piensa en el segundo local, con el primero ya viciado	✓ Se escribe como entregable de la apertura, unidad 1 = plantilla de la unidad N
Prefactibilidad territorial / location intelligence	✗ Criterio: tránsito peatonal percibido y precio del arriendo	✓ Capa SIG con densidad de competencia, ingreso del hogar y ticket promedio soportable
Escenario de estrés de insumos	✗ Ninguno; el plan financiero es una sola línea optimista	✓ Tres corridas obligatorias: +5%, +12% y +20% de inflación de insumos
Estructura de financiación	✗ Capital propio y deuda cara de corto plazo para tapar sobrecostos de obra	✓ CapEx dimensionado contra referencia SBA 7(a): promedio 542.000 USD por préstamo (SBA, 2024)

Capítulo 1 — ¿Por qué la secuencia de apertura decide el resultado antes que el concepto?

Valide el territorio y el unit economics en papel antes de firmar nada: esa sola inversión del orden explica la mayor parte de los cierres tempranos que veo en las carteras gastronómicas.

Un franquiciado de Wendy's necesita acreditar un millón de dólares líquidos y cinco millones de patrimonio neto para que le aprueben una unidad (Swoop / Wendy's FDD, 2025), y ese filtro no existe porque el negocio sea caro: existe porque el sistema aprendió, a fuerza de unidades quebradas, que el capital de trabajo se agota mucho antes que el entusiasmo. Quien abre por su cuenta se salta ese filtro y lo paga en el mes ocho. Diego F. Parra insiste desde Masterrestaurant en un punto incómodo para el arquitecto y el diseñador: la carta y su costeo se escriben ANTES del plano, porque el plano cuesta lo que el margen permita pagar, y no al contrario. Cronometrar mal cuatrocientos mil dólares de obra convierte una inversión en deuda de corto plazo a tasa comercial, y ahí ya no hay carta que rescate el proyecto.

Capítulo 2 — El CapEx no es un monto, es un calendario

La referencia de mercado ayuda a dimensionarlo: la SBA colocó 57.362 préstamos 7(a) por más de 31.100 millones de dólares en el año fiscal 2024, con un ticket promedio cercano a 542.000 dólares por operación (U.S. Small Business Administration, 2024). Léalo al revés. Un desfase de seis meses entre el desembolso y la apertura real quema, en intereses y arriendo muerto, algo parecido al saldo entero de uno de esos créditos. Mi criterio, y aquí soy tajante: ningún peso de obra civil sale hasta que existan tres cosas medidas —tráfico peatonal contado a mano, ticket promedio de la competencia directa y una carta costeadada con precios de proveedor cotizados, no estimados. Nadie cierra por el arriendo. Cierra por el prime cost —alimentos más nómina— que en una operación sana vive entre 55% y 60% de las ventas y que en una apertura improvisada aparece en 68% al tercer mes, cuando ya hay contrato firmado, gente contratada y proveedores con crédito abierto.

Capítulo 3 — Prime cost: el número que quiebra restaurantes mientras el dueño mira el arriendo

El contexto colombiano lo agrava: las ventas del sector crecieron alrededor de 7% en el primer semestre de 2025 tras la caída del año anterior (ACODRES/ACOGA vía Infobae, 2025), pero esa recuperación llegó sobre una base de precios de alimentos ya golpeada. Traducido a la mesa de un emprendedor: el proyecto costado con el food cost de 2023 entra al mercado en 2026 con ocho puntos de margen menos. La corrección no es subir precios en el mes cuatro; es diseñar la carta con ingeniería de menú desde el día cero, sabiendo que 32% de food cost por plato es el techo, nunca el objetivo. Cada banda de facturación anual castiga errores diferentes, y confundirlas es el error que más caro sale. Por debajo de 500.000 dólares, el dueño ES la operación: un punto de food cost equivale a su propio sueldo, y cualquier software de gestión compite con la nómina de un ayudante.

Capítulo 4 — Bandas de facturación: la misma decisión cuesta cosas distintas

Entre 500.000 y un millón aparece la primera contratación gerencial y con ella el desfase clásico, porque el sueldo entra completo mientras la productividad tarda un trimestre. Arriba del millón, la regalía deja de ser un detalle contractual: entre 4% y 8% de las ventas brutas en franquicias de restaurante (Toast, 2025) son 40.000 a 80.000 dólares anuales que ya pesan en el flujo. Sobre cinco millones manda el multi-unidad —el franquiciado promedio opera cinco locales (FRANdata)—, y por encima de diez millones el problema se muda a la tesorería y a la deuda consolidada. Por encima de cinco millones de dólares de facturación, un restaurante de chef mediático o temático de gran formato deja de comportarse como restaurante y empieza a comportarse como productora de espectáculos con cocina adentro. Los costos que descuadran ahí no son los alimentos —suelen estar mejor negociados que en cualquier local pequeño— sino la nómina de estructura, el mantenimiento del montaje y la caída de tráfico cuando la novedad se apaga, típicamente entre el mes catorce y el veinte.

Capítulo 5 — La gama alta: chef mediático, gran formato y costos que nadie presupuesta

La contabilidad de franquicias da la pista: GrowthFactor midió una regalía media del 7,1% de las ventas brutas sobre 1.842 sistemas, con rango entre 4% y 12% (GrowthFactor, 2026). Un formato de gran superficie con 12% de regalía y estructura pesada necesita volumen sostenido, no un pico de apertura. Si el proyecto depende de que la prensa siga hablando, no es un negocio: es una campaña con arriendo a diez años. Suele terminar con estructura de cadena y ventas de esquina. Imagine el ejercicio completo: un local de 380.000 dólares anuales contrata un gerente de operaciones, monta un sistema de reportes semanales y adopta el mismo esquema de proveedores centralizados que usa un grupo de ocho unidades. La estructura suma cerca de 14 puntos de gasto sobre ventas que la escala del grande diluye y la del pequeño no. A los cinco meses el dueño recorta —y recorta primero la cocina, que es lo único que sostenía la recurrencia.

Capítulo 6 — ¿Qué pasaría si el local pequeño intentara copiar el manual del grande?

La banda pequeña conserva su propia recomendación, y no es una versión rebajada de la grande: mida a mano, cobre bien, opere usted mismo el turno pico y no financie estructura antes de que el volumen la pague.

Esa disciplina es lo que permite que el segundo local exista. El QSR franquiciado alcanzó 321.800 millones de dólares en 2025, creciendo 5,4% frente al año anterior (International Franchise Association, 2025), y esa cifra no premia el tamaño sino la replicabilidad documentada: procesos escritos, costeo por plato, control de porción

medido. Lo que escala es el manual, no el metraje. Un restaurante que no puede describir cómo produce su margen no es replicable, y sin replicabilidad no hay segundo local ni crédito razonable. El dato duro está en el control multi-unidad: 82% de los QSR franquiciados y 72% de los restaurantes de mesa operan bajo franquiciados con varias unidades (FRANdata), lo que significa que el sector premia sistemáticamente a quien documentó su operación antes de crecer.

Capítulo 7 — Replicabilidad: lo único que convierte una apertura en una cartera

Portugal encabeza el destino de la franquicia española con 176 redes y 2.632 establecimientos (AEF, 2025), y esas redes no viajaron por carisma: viajaron con manual, receta estandarizada y ficha técnica. Aquí es donde SATE Institute y Masterrestaurant coinciden en el instrumento: formar operadores que escriban su proceso genera empleo formal que sobrevive al primer año, mientras que financiar obra civil sin proceso solo rota locales y devuelve trabajadores a la informalidad. Empiece por el que casi nadie exige: la carta costeadas plato por plato con cotizaciones vigentes de al menos dos proveedores. Después, el punto de equilibrio mensual con nómina, arriendo y servicios cargados a la operación —jamás al plato—, porque ese número le dice cuántos cubiertos diarios necesita antes de firmar un metro cuadrado. Tercero, el conteo de tráfico del punto, hecho en dos franjas y dos días distintos, contrastado con el ticket de los tres competidores más cercanos.

Capítulo 8 — Los cuatro papeles que debe tener firmados antes de la llave

Y cuarto, el colchón de capital de trabajo para seis meses de operación por debajo del equilibrio; con un ticket promedio de 542.000 dólares en préstamos SBA 7(a) durante el año fiscal 2024 (U.S. Small Business Administration, 2024), reservar entre el 15% y el 20% del crédito para ese colchón es lo que separa un mal trimestre de un cierre. Cuando los cuatro existen, firme el arriendo. Antes no. El error no está en el presupuesto de obra sino en su SECUENCIA. Un CapEx de 400 mil dólares mal cronometrado se vuelve deuda de corto plazo a tasa comercial; el mismo CapEx desembolsado después de validar el territorio se comporta como inversión con horizonte de retorno estimable. Cuando la referencia de mercado en préstamos SBA 7(a) promedia 542.000 dólares por operación (U.S. Small Business Administration, 2024), la diferencia entre las dos secuencias equivale al saldo completo de un crédito.

Capítulo 9 — Dónde se rompe realmente el proyecto

Nadie quiebra por el arriendo. Se quiebra por el prime cost, esa suma de costo de alimentos y costo laboral que en una operación sana vive entre 55% y 60% de las ventas y que en una apertura improvisada aparece en 68% el tercer mes, cuando ya hay contrato de arriendo, nómina contratada y proveedores con crédito abierto. Corregir ahí cuesta el triple que haberlo presupuestado. La regalía se firma sin simular. Con una media de 7,1% de las ventas brutas sobre 1.842 sistemas franquiciados (GrowthFactor, 2026) y rangos que llegan a 12%, ese porcentaje decide si el margen de contribución alcanza para pagar la ocupación. Un operador que proyecta break-even con regalía del 4% y firma al 8% no tiene un problema de contrato: tiene un modelo financiero equivocado desde la primera celda. La replicabilidad no se improvisa en la unidad dos. Los datos de FRANdata muestran que un franquiciado multi-unidad promedia cinco locales y que el 82% de los QSR franquiciados opera bajo control multi-unidad, contra 72% en restaurantes de mesa (FRANdata).

Capítulo 10 — Dónde se rompe realmente el proyecto — en la práctica

Ese perfil se construye desde la unidad uno o no se construye: quien abre el primer local sin manual está eligiendo, sin saberlo, quedarse en una sola unidad. El territorio se elige con la vista y se paga con la caja. La prefactibilidad territorial con capas de location intelligence — densidad de competencia, ingreso del hogar, flujo laboral diurno, accesibilidad — cambia el ticket promedio soportable del proyecto en rangos que ninguna negociación de arriendo compensa después.

PUNTO POR PUNTO

Análisis criterio por criterio: secuencia tradicional frente a marco de prefactibilidad

RIESGO DE TERRITORIO (TERRITORY RISK)

A · APERTURA TRADICIONAL (SECUENCIA POR INSTINTO)

Se asume implícito: si el local está lleno de gente pasando, se supone que el negocio funciona

B · MASTERESTaurant Se cuantifica por polígono con densidad de competencia, ingreso del hogar y ticket soportable

Veredicto: Gana el marco. Ninguna renegociación de arriendo compensa después un polígono mal elegido.

MOMENTO DEL COMPROMISO DE CAPEX

A · APERTURA TRADICIONAL (SECUENCIA POR INSTINTO)

Antes de existir una cifra de margen; la obra fija el destino del proyecto

B · MASTERESTaurant Después de la semana 6, cuando el modelo ya pasó las tres corridas de estrés

Veredicto: Gana el marco por seis semanas de opcionalidad, que es exactamente lo que un comité valora.

CONTROL DE PRIME COST EN LOS PRIMEROS 90 DÍAS

A · APERTURA TRADICIONAL (SECUENCIA POR INSTINTO)

Se descubre en el cierre del mes tres, típicamente cerca de 68% de las ventas

B · MASTERESTAURANT Se presupuesta

en banda 55%-60% y se mide contra costo teórico desde el primer servicio

Veredicto: Gana el marco. Corregir prime cost con nómina contratada cuesta el triple que presupuestarlo.

VELOCIDAD DE APERTURA

A · APERTURA TRADICIONAL (SECUENCIA POR INSTINTO)

Más rápida en apariencia: se firma la semana uno y se abre en el mes cuatro

B · MASTERESTAURANT Seis semanas de

validación previa antes de firmar cualquier contrato

Veredicto: Gana la vía tradicional en calendario y pierde en break-even; el caso documentado abrió más tarde y llegó al equilibrio diez meses antes.

REPLICABILIDAD HACIA LA UNIDAD DOS

A · APERTURA TRADICIONAL (SECUENCIA POR INSTINTO)

El conocimiento vive en las personas; la segunda apertura repite el aprendizaje desde cero

B · MASTERESTAURANT Manual operativo

replicable y micro-credenciales Open Badges como entregable de la apertura

Veredicto: Gana el marco. El 82% de los QSR franquiciados opera multi-unidad (FRANdata) y ese perfil se construye en la unidad uno.

COSTO DE LA VALIDACIÓN PREVIA

A · APERTURA TRADICIONAL (SECUENCIA POR INSTINTO)

Cero costo directo, aunque el costo de oportunidad aparece completo en el mes tres

B · MASTERESTaurant Seis semanas de análisis y su honorario, que se pagan con evitar un solo punto de food cost mal fijado

Veredicto: Gana el marco por aritmética, no por convicción: un punto de food cost en una operación de un millón son 10 mil dólares al año.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Lo que trae el operador cuando llega con el proyecto listo ANTES DEL MARCO

- ✗ Un local ya arrendado, con contrato firmado a cinco años y tres meses de gracia que ya se están consumiendo en obra.
- ✗ Una carta escrita por el chef con precios puestos por comparación con el vecino, sin escandallo por plato.
- ✗ Un plan financiero de una sola hoja donde las ventas crecen 8% mensual sin fundamento y el gasto de personal es una cifra redonda.
- ✗ Cero definición de banda de facturación objetivo: no sabe si apunta a menos de 500 mil USD al año o a más de un millón, y esas son dos empresas distintas.
- ✗ Ningún manual: todo el conocimiento operativo vive en la cabeza del socio que cocina.

Lo que entrega el marco antes de que se gaste el primer dólar en obra **MASTERRESTAURANT**

- ✓ Un dossier de prefactibilidad territorial con tres polígonos candidatos, cada uno con su ticket promedio soportable estimado y su densidad de competencia directa.
- ✓ Un escandallo completo con food cost objetivo por plato y techo duro en 32%, más ingeniería de menú preliminar sobre margen de contribución, no sobre popularidad.
- ✓ Un modelo con punto de equilibrio mensual expresado en cubiertos y en ventas, y las tres corridas de estrés de insumos.
- ✓ La banda de facturación declarada y su estructura de costos coherente, con el CapEx de expansión dimensionado a esa banda.
- ✓ El manual operativo replicable en borrador: recetas estandarizadas, secuencias de servicio y matriz de competencias del equipo con micro-credenciales Open Badges.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Comparación lado a lado

	APERTURA TRADICIONAL (SECUENCIA POR INSTINTO)	APERTURA CON MARCO DE PREFACTIBILIDAD (MASTERRESTAURANT)
Momento en que se compromete el CapEx	✗ Semana 1-2: se firma arriendo y se contrata obra antes de modelar margen	✓ Semana 7: se firma solo después de 6 semanas de validación territorial y financiera
Food cost objetivo definido	✗ Se calcula después de abrir, sobre precios ya impresos en la carta	✓ Techo de 32% por plato fijado antes de escribir la carta
Prime cost presupuestado (food + labor)	✗ No existe línea de presupuesto; se descubre en el primer cierre mensual	✓ Banda objetivo 55%-60% cargada al modelo desde la semana 3
Regalía o fee de marca si hay franquicia gastronómica	✗ Se acepta el porcentaje del contrato sin simularlo contra el break-even	✓ Se simula al 4%, 7,1% y 12% (GrowthFactor 2026) antes de firmar
Manual operativo replicable	✗ Se redacta cuando se piensa en el segundo local, con el primero ya viciado	✓ Se escribe como entregable de la apertura, unidad 1 = plantilla de la unidad N

	APERTURA TRADICIONAL (SECUENCIA POR INSTINTO)	APERTURA CON MARCO DE PREFACTIBILIDAD (MASTERRESTAURANT)
Prefactibilidad territorial / location intelligence	✗ Criterio: tránsito peatonal percibido y precio del arriendo	✓ Capa SIG con densidad de competencia, ingreso del hogar y ticket promedio soportable
Escenario de estrés de insumos	✗ Ninguno; el plan financiero es una sola línea optimista	✓ Tres corridas obligatorias: +5%, +12% y +20% de inflación de insumos
Estructura de financiación	✗ Capital propio y deuda cara de corto plazo para tapar sobrecostos de obra	✓ CapEx dimensionado contra referencia SBA 7(a): promedio 542.000 USD por préstamo (SBA, 2024)

LAS CIFRAS QUE IMPORTAN

Indicadores de referencia para dimensionar la apertura

936.4
MM USD

producción total de franquicias en EE.UU.
en 2025, +4,4% frente a 896.900 M de 2024

321.8
MM USD

producción del segmento QSR franquiciado
en 2025, con crecimiento de 5,4%

7.1%

regalía media sobre ventas brutas en 1.842
sistemas franquiciados, rango 4%-12%

542
MIL USD

monto promedio de los 57.362
préstamos SBA 7(a) del año fiscal 2024

82%

de los QSR franquiciados operan bajo control
multi-unidad; 72% en restaurantes de mesa

7%

crecimiento de ventas del sector gastronómico
colombiano en el primer semestre de 2025

VISUALIZACIÓN

Las cifras, visualizadas

producción total de franquicias en EE.UU. en 2025, +4,4% frente a 896.900 M de 2024



producción del segmento QSR franquiciado en 2025, con crecimiento de 5,4%



regalía media sobre ventas brutas en 1.842 sistemas franquiciados, rango 4%-12%



monto promedio de los 57.362 préstamos SBA 7(a) del año fiscal 2024



de los QSR franquiciados operan bajo control multi-unidad; 72% en restaurantes de mesa



crecimiento de ventas del sector gastronómico colombiano en el primer semestre de 2025



Fuentes: [International Franchise Association 2025](#) · [GrowthFactor 2026](#) · [U.S. Small Business Administration 2024](#) · [FRANdata](#) · [ACODRES / ACOGA \(vía Infobae\) 2025](#)

Gráfico creado por [masterrestaurant.com](#)

CASO REAL

“Llegamos con el arriendo firmado y 210 mil dólares ya comprometidos en cocina. El equipo de Masterrestaurant nos hizo parar la obra tres semanas para rehacer el escandallo: el food cost proyectado estaba en 38% y la carta ya estaba impresa. Rediseñamos catorce platos sobre margen de contribución, bajamos a 30,4% y renegociamos dos proveedores. Cerramos el año doce en 1,4 millones de dólares de facturación con prime cost de 57%, cuando el plan original nos daba break-even en el mes veintidós.”

— Director de Expansión de un grupo gastronómico de tres unidades en Bogotá, banda de facturación de 1 a 5 millones de dólares anuales

CÓMO APLICARLO EN TU RESTAURANTE

El roadmap de 90 días, en cuatro fases

1

Semanas 1 a 3 — Prefactibilidad territorial antes que inmobiliaria

No visite locales todavía. Levante tres polígonos candidatos con capas de location intelligence: densidad de competencia directa por categoría, ingreso medio del hogar, flujo laboral diurno y nocturno, accesibilidad y estacionamiento. Para cada polígono estime el ticket promedio soportable y la rotación de mesas alcanzable en almuerzo y en cena. Declare la banda de facturación objetivo — menos de 500 mil USD, de 500 mil a 1 millón, más de 1 millón — porque el formato, el número de asientos y la plantilla se derivan de esa decisión, no al contrario. Un proyecto de más de 5 millones, sea de chef mediático o temático de gran formato, exige además cuantificar regalías de imagen, escenografía y su mantenimiento.

2

Semanas 4 a 6 — Unit economics en papel, con techo de food cost

Construya el escandallo plato por plato con techo duro de 32% de food cost, entendiendo que 32% es el MÁXIMO y no la meta. La nómina, el arriendo y los servicios no se cargan al plato: van al punto de equilibrio. Calcule el break-even mensual en cubiertos, no solo en pesos, porque un dueño entiende cubiertos. Corra las tres simulaciones de estrés con inflación de insumos de 5%, 12% y 20% y anote en cuál de ellas el margen de contribución deja de cubrir la ocupación. Si el escenario de 12% ya no cierra, el proyecto no está listo para arriendo: está listo para rediseño de carta.

3

Semanas 7 a 10 — CapEx, contratos y manual operativo en paralelo

Ahora sí firme. Negocie el arriendo con la cifra de ticket soportable en la mano, que es un argumento distinto al de pedir descuento. Dimensione el CapEx de expansión contra su banda: cocina, mobiliario, tecnología y capital de trabajo para seis meses de operación, sin canibalizar este último para terminar la obra — es el error más caro y el más repetido. En paralelo escriba el manual operativo replicable: recetas estandarizadas con gramaje, secuencias de servicio, matriz de competencias y micro-credenciales Open Badges para certificar al equipo. La unidad uno es la plantilla de la unidad N o es un negocio de una sola vez.

4

Semanas 11 a 13 — Marcha blanca medida y pitch a inversionistas con datos reales

Abra en marcha blanca con aforo limitado durante diez días y mida costo teórico contra costo real por plato desde el primer servicio. La varianza de food cost — costo real menos costo teórico sobre ventas — es el indicador que separa un problema de compra de uno de proceso en cocina. Con catorce días de operación medida usted tiene por fin un pitch a inversionistas defendible: prime cost real, ticket promedio real, rotación real. Ese dossier vale más que cualquier proyección, y es lo que un comité de inversión de banca comercial con cartera MIPYME puede efectivamente puntuar.

PREGUNTAS FRECUENTES

Preguntas frecuentes de comités de inversión y direcciones de expansión

¿Cuánto capital de trabajo se necesita además del CapEx de obra?

Seis meses de operación completa, calculados sobre el prime cost presupuestado y no sobre el optimista. La referencia de mercado ayuda a dimensionar: los préstamos SBA 7(a) promediaron 542.000 dólares en el año fiscal 2024 (U.S. Small Business Administration, 2024). Canibalizar ese capital para terminar obra es la causa más frecuente de cierre en el primer año.

¿Conviene abrir con franquicia gastronómica o con marca propia?

Depende de si el margen de contribución soporta la regalía. Con una media de 7,1% de las ventas brutas en 1.842 sistemas (GrowthFactor, 2026) y rangos de 4% a 12%, la franquicia compra manual, cadena de suministro y reconocimiento a cambio de puntos de margen. Simule ambos modelos al mismo ticket antes de decidir; el criterio es aritmético, no de preferencia.

¿Qué food cost objetivo debe fijar un proyecto nuevo en 2026?

El techo es 32% por plato y conviene leerlo como límite, no como meta. Nómina, arriendo y servicios no se cargan al plato: se cubren desde el punto de equilibrio. Con las presiones de precios de alimentos que golpearon la región — ventas colombianas recuperando cerca de 7% en el primer semestre de 2025 tras la caída previa (ACODRES/ACOGA, 2025) — un proyecto que nace en 32% no tiene colchón para el escenario de estrés.

¿Cuándo tiene sentido presentar el pitch a inversionistas?

Después de catorce días de marcha blanca medida, nunca antes. Un comité puntúa prime cost real, ticket promedio real y varianza de food cost; una proyección sin operación es una hipótesis. El dossier de prefactibilidad territorial más dos semanas de datos convierte una conversación de fe en una evaluación de riesgo, que es el lenguaje que la banca con cartera MIPYME sabe leer.

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
Cierres de restaurantes en Colombia en 2023	>1.600 restaurantes cerrados	ACODRES 2024
Caída de ventas del sector gastronómico en Colombia	-24% en el primer semestre de 2024	ACODRES 2024

Dato	Benchmark 2026	Fuente
Restaurantes independientes en el mercado colombiano	95% del mercado	ACODRES 2024
Participación del drive-thru en las ventas de comida rápida en EE.UU.	43% de los pedidos (~140.000 millones USD/año)	Circana
Dependencia del drive-thru en Chick-fil-A (2024)	60% de las ventas en ventanilla	QSR Magazine 2024
Dependencia del drive-thru en Dutch Bros	90% de los ingresos	QSR Magazine

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

Autor: Diego F. Parra · **Editor:** MASTERESTAURANT®

Q Contenido creado con asistencia de IA, revisado por el equipo editorial de MASTERESTAURANT.