

Arquitectura de Precios en el Menú: Psicología del Consumidor, Anclas y Márgenes por Categoría

Por **Diego F. Parra** · Actualizado 2026-07-07 · Menú e Ingeniería de Menú

MASTERRESTAURANT®

White Paper


Arquitectura de Precios en el Menú: Psicología del Consumidor, Anclas y Márgenes por Categoría

Método probado en +8.400 restaurantes · 43 países

costorestaurante.com

VEREDICTO RÁPIDO

Veredicto: el precio no es un número que se calcula, es una arquitectura que se diseña. Fijar precios con un markup ciego sobre el food cost destruye entre 4 y 9 puntos de margen operativo, porque ignora la elasticidad por categoría y el poder de las anclas. El enfoque correcto trata el menú como un portafolio: cada plato tiene un rol (ancla, imán, generador de margen, relleno) y un precio calibrado por psicología del consumidor, no por regla de tres. En una simulación de estrés al 12% de inflación de insumos, la reingeniería de precios recupera hasta 6,8 puntos de EBITDA que el markup uniforme entrega gratis a la inflación. Este documento formaliza el marco en seis capítulos, tres tablas vectoriales y un caso cuantificado, con sus supuestos declarados para lectura de junta directiva.

 **White Paper** Documento técnico · C-Suite y banca multilateral · 18 min de lectura · 2026-07-07

PROPIEDAD INTELECTUAL DE MASTERRESTAURANT® — EXCLUSIVO PARA LÍDERES DE SECTOR

Entre 2023 y 2026 el costo de insumos alimentarios acumuló subidas de doble dígito en las principales canastas de proteína, lácteo y aceite. El índice de precios de alimentos de la FAO y las series de food-at-home del USDA confirman la persistencia del ciclo. El operador promedio respondió subiendo todos los precios el mismo porcentaje —un error de arquitectura que confunde inflación de costos con estrategia de precios—.

La ingeniería de menú clásica de Kasavana-Smith clasifica platos por popularidad y margen de contribución, pero se detiene ahí. Este white paper extiende ese marco con psicología de precios, anclas, elasticidad por categoría y una simulación de escenarios de estrés inflacionario (5%, 12% y 20%) que la junta directiva puede leer en una página. El eje no es el food cost porcentual: es la eficiencia marginal por porción y por hora-mesa.

El objetivo no es cobrar más. Es cobrar mejor: mover el mix de ventas hacia los platos de mayor rentabilidad marginal por porción, usando la estructura visual y numérica del menú como palanca de decisión del comensal. En más de 8.400 restaurantes intervenidos en 43 países, la metodología Masterrestaurant ha medido que el cuello de botella rara vez es el costo del plato aislado: es la vulnerabilidad estructural del mix mal diseñado, que descapitaliza el negocio en silencio mientras el P&G parece sano.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Comparación lado a lado

	MARKUP CIEGO SOBRE FOOD COST	ARQUITECTURA DE PRECIOS POR CATEGORÍA
Lógica de fijación	✗ Costo × 3 uniforme en toda la carta	✓ Precio por rol del plato y elasticidad de su categoría
Food cost objetivo	✗ 33% fijo en todo el menú	✓ 22%-32% variable según margen de contribución
Uso de anclas	✗ Ninguno; precios ordenados por número	✓ Plato ancla premium eleva la disposición a pagar 11%-18%
Sensibilidad a inflación	✗ Traslada el 100% del alza al cliente	✓ Absorbe con reingeniería de mix; traslada solo 40%-55%
Impacto en EBITDA (estrés 12%)	✗ -3,1 pts vs. margen base	✓ +3,7 pts vs. margen base
Margen de contribución por hora-mesa	✗ No se mide; se optimiza el ratio	✓ Métrica objetivo: sube 18%-31% con mix reordenado
Riesgo de fuga de comensales	✗ Alto: subida visible y uniforme	✓ Bajo: reprecio selectivo, imanes protegidos

Capítulo 1 — Contexto macroeconómico: por qué el precio dejó de ser aritmética

El precio dejó de ser aritmética porque el ciclo inflacionario 2023-2026 rompió la relación estable entre costo de insumo y precio de carta. El índice de precios de alimentos de la FAO y las series food-at-home del USDA registran subidas de doble dígito acumuladas en proteína, lácteo y aceite; el Bureau of Labor Statistics documen-

ta además presión salarial persistente en food service. En ese entorno, aplicar un markup fijo sobre un costo inflado infla el precio final y hunde el tráfico. He visto operadores subir la carta tres veces en un año y perder cubiertos cada vez. El problema no es la inflación: es la arquitectura de respuesta. En más de 8.400 restaurantes intervenidos en 43 países, la metodología Masterrestaurant confirma que el operador que trata el precio como un número calculado se descapitaliza; el que lo trata como una arquitectura diseñada conserva margen. Implicaciones para el operador: el contexto exige diseño de portafolio, no regla de tres.

Capítulo 2 — ¿Por qué el markup ciego sobre food cost destruye margen?

El markup ciego destruye entre 4 y 9 puntos de margen operativo porque optimiza un porcentaje y no pesos absolutos de contribución. He visto la misma escena en decenas de cartas:

el dueño divide el food cost entre 0,30 y cierra el precio. Ese método ignora que un plato al 22% que deja 4 USD por porción es peor negocio que uno al 30% que deja 11 USD. La caja no cobra porcentajes, cobra dólares. En Masterrestaurant medimos margen de contribución por porción y por hora-mesa, no ratios sueltos, porque dos platos al mismo food cost pueden rendir el doble de contribución según su rotación y tiempo de producción. Cuando el insumo proteico sube 18% en un año, aplicar el mismo 30% de food cost sobre un costo inflado infla el precio final y hunde el tráfico. El costo de no actuar es cuantificable: una carta de volumen medio deja sobre la mesa 60-90 mil USD anuales de contribución.

Capítulo 2 — ¿Por qué el markup ciego sobre food cost destruye margen — en la práctica

El precio no se calcula, se diseña. Implicaciones para el operador: audita hoy tu plato más vendido y mide su margen absoluto, no su porcentaje. El precio es una arquitectura que se diseña, no un número que se despeja de una fórmula. Diego F. Parra lo repite en cada junta directiva: la carta no es una lista, es un portafolio. Cada plato cumple una función financiera distinta —tráfico, margen, ancla o defensa— igual que cada activo en una cartera de inversión, y se gestiona con la misma disciplina de riesgo. La ingeniería clásica de Kasavana-Smith clasifica por popularidad y margen de contribución en cuatro cuadrantes, pero se detiene ahí. La arquitectura de precios extiende ese marco con tres variables medibles: elasticidad por categoría, poder de encuadre del ancla, y contribución por hora-mesa. La fórmula operativa es simple: Margen de contribución = precio - costo variable (food cost del plato); y la eficiencia real = margen de contribución ÷ tiempo de ocupación de mesa.

Capítulo 3 — El precio como arquitectura: marco teórico y variables

El objetivo no es cobrar más; es cobrar mejor. Mover el mix hacia los platos de mayor rentabilidad marginal sube el margen operativo entre 3 y 7 puntos sin tocar precios populares. Implicaciones para el operador: define primero la métrica objetivo (contribución por hora-mesa), después el precio. El ancla es el plato más caro de la carta y su función no es venderse, sino reencuadrar. Rara vez supera el 3% del mix, pero su presencia hace que el segundo plato más caro parezca razonable, y ese efecto sube el ticket promedio entre 6% y 14% sin tocar los platos populares. Es psicología de precios pura: el comensal no evalúa un precio en abstracto, lo compara con el contexto visual inmediato. Un corte de 68 USD junto a uno de 42 USD reencuadra el de 42 como la opción sensata. He puesto anclas deliberadas en cartas de fine dining y el ticket medio subió 9% en el primer trimestre; en fast casual el efecto es menor pero real, 3%-5%, porque el momento de consumo comprime la deliberación.

Capítulo 4 — El poder del ancla: reencuadrar sin subir precios

La regla de Masterrestaurant: coloca el ancla arriba a la derecha del bloque de categoría, donde el ojo aterriza primero según los estudios de eye-tracking, y deja que haga su trabajo silencioso de subir la referencia. Implicaciones para el operador: instala un ancla por bloque de categoría; es la palanca de mayor ROI, cuesta cero. La elasticidad por categoría define dónde puedes subir precio sin perder tráfico y dónde no. No todos los platos aguantan el mismo alza: las bebidas y los postres suelen ser inelásticos —el comensal ya decidió quedarse y acepta un +12% sin parpadear—, mientras que el plato principal de tráfico es elástico y un +8% puede costar 5% de cubiertos. En Masterrestaurant segmentamos la carta en al menos tres bandas de elasticidad antes de tocar un solo precio. Los aperitivos y guarniciones toleran markups de 3,5x a 4x sobre food cost; el plato ancla de tráfico rara vez soporta más de 2,8x sin castigar volumen.

Capítulo 4 — Elasticidad por categoría: dónde sí y dónde no subir

El error que veo una y otra vez es subir todo el mismo porcentaje. Eso no es estrategia, es pereza aritmética. La banda inelástica absorbe la inflación; la elástica se protege con reingeniería de mix. La IA aplicada al costeo hoy lee el POS y recalibra estas bandas cada semana, no cada trimestre. Implicaciones para el operador: mapea tus tres bandas antes del próximo cambio de carta y concentra el alza en la inelástica. Ante inflación de insumos, la arquitectura de precios absorbe parte del alza con reingeniería de mix en lugar de trasladar el 100% al comensal. Entre 2023 y 2026 las canastas de proteína, lácteo y aceite acumularon subidas de doble dígito según USDA y FAO, y el operador promedio respondió subiendo todos los precios el mismo porcentaje —un error que confunde inflación de costos con estrategia de precios—. El markup ciego traslada todo el alza y erosiona el tráfico entre 4% y 9%.

Capítulo 5 — Inflación de insumos: absorber con mix, no trasladar todo

La arquitectura hace tres cosas: empuja los platos de alto margen con posición y descripción, redimensiona porciones donde el comensal no percibe la merma, y sustituye insumos volátiles por otros de precio estable mediante cadenas cortas de suministro. Solo lo indispensable llega al precio de carta, y llega concentrado en las bandas inelásticas. Así el margen operativo aguanta el ciclo sin sacrificar cubiertos, respetando el techo del 32% de food cost por plato como límite duro, nunca como objetivo. Implicaciones para el operador: antes de subir precios, agota las palancas de mix; el precio es el último recurso, no el primero. La simulación de estrés inflacionario proyecta el margen operativo bajo tres escenarios de costo y cabe en una sola página para la junta directiva. Modelamos el alza de insumos en +5%, +12% y +20% anual y calculamos, para cada uno, cuánto margen se pierde con markup ciego frente a arquitectura de precios.

Capítulo 5 — Simulación de estrés que la junta lee en una página

El contraste es brutal: con estrés del 5%, el markup ciego cede 1,4 puntos frente a 0,3 de la arquitectura; con 12%, cede 3,1 puntos frente a un aumento de 3,7 gracias a la reingeniería de mix —una brecha de 6,8 puntos de EBITDA—; con 20%, el markup ciego se hunde 7,9 puntos mientras la arquitectura contiene la caída a 1,8. En Masterrestaurant entregamos esa tabla a cada dueño antes de rediseñar la carta, porque la junta no decide con relatos, decide con números. Una hoja, tres columnas, un veredicto claro sobre cuántos pesos de contribución están en juego por trimestre. Implicaciones para el operador: corre tu propia simulación a tres escenarios antes de la próxima temporada de compras; es la diferencia entre sobrevivir el ciclo y descapitalizarte en

silencio. La matriz Kasavana-Smith es el punto de partida, no el destino: clasifica platos en estrellas, caballos de batalla, puzzles y perros, pero la decisión de portafolio empieza después y se ejecuta en un roadmap de 90 días.

Capítulo 6 — Del cuadrante Kasavana-Smith al roadmap de 90 días

Un caballo de batalla —alta popularidad, bajo margen— no se elimina; se reingeniería con porción, insumo y posición hasta subir 2 o 3 puntos de contribución sin tocar su precio. Un perro con margen alto puede convertirse en ancla si se reposiciona. En decenas de restaurantes he movido el mix de ventas 11% hacia los platos de mayor contribución marginal solo cambiando descripción, orden visual y agrupación de categorías; el precio apenas se tocó y la contribución diaria de un local de volumen medio pasó de 2.400 a 3.100 USD. El roadmap: días 1-30 costeo por porción y varianza; días 31-60 clasificación de portafolio y diseño de anclas; días 61-90 re-precio por elasticidad y monitoreo del mix, con KPIs de seguimiento a 3, 6 y 12 meses.

Capítulo 6 — Del cuadrante Kasavana-Smith al roadmap de 90 días — en la práctica

Limitaciones y supuestos del análisis: (1) las cifras de EBITDA suponen costeo por porción riguroso y auditado —sin él, todo reprecio es ruido—; (2) los rangos de elasticidad son bandas de experiencia sobre 8.400 operaciones, no coeficientes econométricos formales, y varían por formato y territorio; (3) el efecto ancla asume orden visual controlado y una carta de menos de 40 ítems. Implicaciones para el operador: diseñar la carta como portafolio —con anclas, elasticidad y estrés modelado— es la palanca que la ingeniería de menú clásica dejó sobre la mesa; el resto es disciplina de ejecución trimestral con Diego F. Parra y el método Masterrestaurant como marco. El markup ciego optimiza un porcentaje (food cost); la arquitectura de precios optimiza pesos absolutos de margen de contribución por porción y por hora-mesa. Un plato al 22% de food cost que deja 4 USD puede ser peor negocio que uno al 30% que deja 11 USD.

Capítulo 11 — Las tres diferencias que mueven el margen

En una carta de 60 platos, cerrar todos al mismo ratio del 30% ignora que la rotación de mesa y el tiempo de producción varían 4x entre platos: el margen por hora-mesa —no el ratio— es lo que llena la caja al cierre. El markup trata la carta como una lista; la arquitectura la trata como un portafolio con anclas. El plato más caro rara vez se vende (bajo el 3% del mix), pero su función es reencuadrar: hace que el segundo más caro parezca razonable, subiendo el ticket promedio 6%-14% sin tocar los platos populares. Es la misma lógica de gestión de riesgo de un portafolio de activos: la posición que no compras igual fija el precio de referencia de las que sí.

Capítulo 12 — Las tres diferencias que mueven el margen — en la práctica

Ante inflación, el markup traslada el 100% del alza al comensal y erosiona el tráfico entre 4% y 9%; la arquitectura absorbe parte con reingeniería de mix —empuja platos de alto margen, redimensiona porciones donde la merma no se percibe, sustituye insumos volátiles por otros de precio estable— y traslada solo el 40%-55% indispensable, concentrado en las bandas inelásticas, protegiendo elasticidad y volumen. La diferencia entre ambos enfoques bajo estrés del 12% son 6,8 puntos de EBITDA que uno regala y el otro conserva.

PUNTO POR PUNTO

Markup ciego vs. arquitectura de precios: el análisis

LÓGICA DE FIJACIÓN DE PRECIO

A · MARKUP CIEGO SOBRE FOOD COST

Costo × factor fijo, idéntico para toda la carta

B · MASTERESTAURANT Precio por rol del plato y elasticidad de su categoría

Veredicto: La arquitectura gana: captura hasta 12% más de margen de contribución sin subir el food cost promedio. El markup ciego premia el ratio y castiga la caja; un plato al 22% que deja 4 USD parece 'sano' pero rinde menos por hora-mesa que uno al 30% que deja 11 USD. La arquitectura fija por rol y elasticidad, no por regla de tres, y esa disciplina es lo que separa una carta rentable de una carta cara que vende poco.

RESPUESTA A LA INFLACIÓN DE INSUMOS

A · MARKUP CIEGO SOBRE FOOD COST

Traslada el 100% del alza al cliente

B · MASTERESTAURANT Reingeniería del mix primero; traslada solo 40%-55%

Veredicto: La arquitectura protege tráfico y absorbe el estrés inflacionario con menos fuga de comensales. Con canastas de proteína y lácteo en doble dígito según USDA y FAO, subir todo el mismo porcentaje erosiona el tráfico 4%-9%; empujar mix de alto margen, redimensionar porciones y sustituir insumos volátiles contiene la mayor parte del alza. Bajo estrés del 12%, la diferencia son 6,8 puntos de EBITDA que un enfoque regala y el otro conserva.

USO DE LA PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

A · MARKUP CIEGO SOBRE FOOD COST

Ninguno; el menú es una lista de precios

B · MASTERESTAURANT Anclas y orden

visual guían la decisión al alto margen

Veredicto: La arquitectura sube el ticket promedio 6%-14% sin tocar los platos populares. El comensal no evalúa un precio en abstracto: lo compara con el contexto visual inmediato. Un ancla de 68 USD reencuadra el plato de 42 como la opción sensata; el orden visual lleva el ojo a las estrellas de margen. El markup ordena por número y regala ese poder de encuadre que no cuesta nada instalar.

MÉTRICA OBJETIVO

A · MARKUP CIEGO SOBRE FOOD COST

Food cost porcentual bajo y uniforme

B · MASTERESTAURANT Margen de

contribución absoluto por porción y hora-mesa

Veredicto: La arquitectura optimiza los pesos que llegan al EBITDA, no un ratio que engaña. El food cost porcentual es un espejismo cuando ignora rotación de mesa y tiempo de producción: dos platos al mismo 30% pueden rendir márgenes por hora-mesa que difieren 2x. Medir la contribución absoluta por hora-mesa es lo que convierte la ingeniería de menú en decisión de caja, no en ejercicio contable.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Markup ciego (error) LO QUE HACE EL 70% DE LOS OPERADORES

- ✗ Multiplica el food cost por un factor fijo ($\times 3$ o $\times 3,3$) en toda la carta.
- ✗ Trata cada plato como una isla; ignora el mix de ventas y el margen de contribución total.
- ✗ Sube todos los precios el mismo porcentaje cuando la inflación golpea.
- ✗ No usa anclas ni el orden visual del menú como palanca.
- ✗ Confunde food cost bajo con rentabilidad; vende mucho de lo que menos deja.

Arquitectura de precios (correcto) MASTERRESTAURANT

- ✓ Asigna a cada plato un rol de portafolio: ancla, imán, estrella de margen o relleno a podar.
- ✓ Fija el precio por elasticidad de la categoría y disposición a pagar, no por regla de tres.
- ✓ Coloca un ancla premium que reencuadra la percepción de valor de la carta entera.
- ✓ Ante inflación, reingeniería el mix antes de subir precios; protege los imanes de tráfico.
- ✓ Optimiza el margen de contribución por hora-mesa, no el food cost porcentual aislado.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Comparación lado a lado

	MARKUP CIEGO SOBRE FOOD COST	ARQUITECTURA DE PRECIOS POR CATEGORÍA
Lógica de fijación	✗ Costo $\times 3$ uniforme en toda la carta	✓ Precio por rol del plato y elasticidad de su categoría
Food cost objetivo	✗ 33% fijo en todo el menú	✓ 22%-32% variable según margen de contribución
Uso de anclas	✗ Ninguno; precios ordenados por número	✓ Plato ancla premium eleva la disposición a pagar 11%-18%
Sensibilidad a inflación	✗ Traslada el 100% del alza al cliente	✓ Absorbe con reingeniería de mix; traslada solo 40%-55%

	MARKUP CIEGO SOBRE FOOD COST	ARQUITECTURA DE PRECIOS POR CATEGORÍA
Impacto en EBITDA (estrés 12%)	✗ -3,1 pts vs. margen base	✓ +3,7 pts vs. margen base
Margen de contribución por hora-mesa	✗ No se mide; se optimiza el ratio	✓ Métrica objetivo: sube 18%-31% con mix reordenado
Riesgo de fuga de comensales	✗ Alto: subida visible y uniforme	✓ Bajo: reprecio selectivo, imanes protegidos

LAS CIFRAS QUE IMPORTAN

Cifras que definen la arquitectura

70%

de operadores fija precios con markup uniforme sobre food cost

6.8pts

de EBITDA recuperables con reingeniería de precios (estrés 12%)

15%

de subida en disposición a pagar que induce un ancla premium bien colocada

32%

food cost máximo por plato (nunca recomendado como objetivo)

12%

de mejora en margen de contribución al reordenar el mix de ventas

90

DÍAS

roadmap de implementación de la arquitectura completa

CASO REAL

“Un full service de tres locales vino con food cost 'controlado' al 29% y EBITDA en 8%. El problema no era el costo: era el mix. Vendían 40% de un plato ancla al 34% de food cost porque estaba primero en la carta. Reordenamos el menú con el Restaurant Model Canvas, movimos el ancla premium arriba, redimensionamos dos porciones y subimos selectivamente cuatro precios en la banda inelástica. En 11 semanas el food cost subió a 30% —sí, subió— pero el margen de contribución por ticket creció de 14,20 a 19,80 USD (+39%) y el EBITDA pasó de 8% a 13,4%. En términos de caja, la contribución diaria del local insignia pasó de 2.400 a 3.100 USD. El error que veo una y otra vez es proteger el porcentaje y regalar los pesos.”

— **Diego F. Parra, Masterrestaurant**

CÓMO APLICARLO EN TU RESTAURANTE

Cómo construir la arquitectura en 4 pasos

1. Levanta la receta estándar y el costeo por porción real

Sin costeo por porción exacto —gramaje pesado, merma real, rendimiento verificado— toda arquitectura de precios se construye sobre arena. Documenta el costo teórico de cada plato en su ficha técnica y confróntalo con el costo real de inventario. La varianza (Costo Real – Costo Teórico)/Ventas te dice cuánto margen se fuga en cocina antes de tocar un solo precio. En consultoría veo varianzas del 3%-6% que nadie miraba: eso es prime cost evaporándose. Cierra esa brecha primero; reprecio sobre costeo sucio es multiplicar el error.

2. Clasifica el portafolio por popularidad y margen de contribución

Cruza el mix de ventas (unidades por plato / total) contra el margen de contribución por porción (precio – costo variable). Obtienes cuatro cuadrantes: estrellas (alto-alto), caballos de tiro (alto volumen-bajo margen), rompecabezas (bajo volumen-alto margen) y perros. Cada cuadrante exige una táctica de precio distinta; no hay regla única. Segmenta además por formato —fast casual, full service, QSR— porque la elasticidad del comensal cambia por momento de consumo y por ticket promedio de la operación.

3. Diseña las anclas y el orden visual

Coloca un plato ancla premium —el más caro, que casi no se vende— para reencuadrar la percepción de valor. Su función no es venderse: es hacer que los platos de alto margen parezcan la opción sensata. Ordena la carta para que el ojo caiga primero en las estrellas de margen (arriba a la derecha del bloque de categoría, la 'golden triangle' del eye-tracking), no en los caballos de tiro que erosionan la rentabilidad marginal. Un ancla bien colocada mueve el ticket 6%-14% sin subir ningún precio popular.

4

4. Reprecia por elasticidad y monitorea el mix

Sube precios donde la elasticidad de la demanda es baja (platos de firma, sin sustituto directo, bebidas y postres) y contén donde es alta (imanes de tráfico). Tras cada cambio, mide el mix durante 3-4 semanas: si el volumen del plato repreciaado no cae más del umbral que calculaste, la subida fue absorbida. Itera trimestralmente; la arquitectura de precios es un sistema vivo, no un evento. La IA aplicada al costeo ya permite recalibrar la banda inelástica cada semana con datos del POS.

PREGUNTAS FRECUENTES

Preguntas frecuentes

¿Subir precios uniformemente ante la inflación es mala idea?

Sí. Trasladar el 100% del alza de insumos a todos los platos por igual erosiona tráfico y confunde inflación de costos con estrategia. Lo correcto es reingeniería del mix primero y reprecio selectivo por elasticidad; se traslada solo el 40%-55% del alza.

¿Qué es una ancla de precio en un menú?

Un plato premium —el más caro, que casi no se vende— cuya función es reencuadrar la percepción de valor de toda la carta. Al existir, hace que los platos de alto margen parezcan razonables y sube la disposición a pagar entre 11% y 18% sin tocar los populares.

¿Debo apuntar siempre al food cost más bajo posible?

No. El food cost bajo no equivale a rentabilidad. Un plato al 22% que deja 4 USD de margen puede ser peor negocio que uno al 30% que deja 11 USD. Optimiza el margen de contribución absoluto por porción y por hora-mesa, no el porcentaje aislado. El techo es 32%.

¿Cada cuánto debo rediseñar la arquitectura de precios?

Es un sistema vivo. Revisa el mix de ventas y el margen por categoría cada trimestre, y reprecia tras cada cambio relevante de costo de insumos. El roadmap inicial completo toma 90 días; después, ciclos de ajuste trimestrales sostienen la rentabilidad marginal.

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
Food cost por concepto	QSR 25–30% · casual 30–34% · fine dining 34–40%	National Restaurant Association
Off-premise	~75% del tráfico	Circana
Menús más cortos	las cadenas recortan ítems de carta para proteger margen y velocidad de servicio	FSR Magazine
Ticket online alto	34% de clientes gasta ≥\$50 por pedido	Statista
Índice de precios de alimentos	referencia oficial de food cost	USDA

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