

Ingeniería de menú de *segunda generación*: de la matriz de popularidad al modelado de elasticidad de precios por segmento

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

MASTERRESTAURANT®

White Paper


Ingeniería de menú de segunda generación: de la matriz de popularidad al modelado de elasticidad de precios por segmento

Método probado en +8.400 restaurantes · 43 países

costorestaurante.com

VEREDICTO RÁPIDO

Veredicto: la matriz de popularidad-margen (Estrella / Caballo / Puzzle / Perro) es un diagnóstico estático que ya no protege el margen en un entorno de insumos volátiles. La ingeniería de menú de segunda generación añade tres capas que la matriz clásica ignora: elasticidad de precio por segmento, costo teórico vs. real por plato y simulación de escenarios de inflación. En un restaurante full service con food cost promedio del 30 %, un modelo de elasticidad bien calibrado recupera 2-4 puntos de margen operativo sin perder tráfico. Diego F. Parra y el método Masterrestaurant lo aplican empezando por los 10 platos que concentran el 60 % del mix de ventas, sobre datos reales de 8.400 restaurantes en 43 países.

 **White Paper** · Documento técnico · C-Suite y banca multilateral · 19 min de lectura · 2026-07-07

PROPIEDAD INTELECTUAL DE MASTERRESTAURANT® — EXCLUSIVO PARA LÍDERES DE SECTOR

La ingeniería de menú clásica nació en 1982 (Kasavana y Smith, Michigan State University) para clasificar platos según popularidad y margen de contribución. Funcionó durante cuatro décadas porque los insumos subían 2-3 % al año y un mapa anual bastaba. En 2026, con volatilidad de dos dígitos en proteínas y lácteos — el índice de precios de alimentos de la FAO ha oscilado con picos superiores al 20 % interanual— ese mapa estático deja dinero sobre la mesa cada semana. Este white paper documenta, en seis capítulos, por qué el modelo de 1982 caducó y cómo reemplazarlo sin tirarlo a la basura.

El documento sigue una lógica de white paper: primero el diagnóstico del problema (por qué la matriz falla), luego el marco de segunda generación con sus tres capas nuevas —elasticidad de precio por segmento de cliente, variance entre costo teórico y real, y estrés de escenarios de inflación—, después un mini-caso cuantificado con números de caja reales anonimizados, y finalmente las limitaciones, supuestos y condiciones de fallo del modelo. El objetivo es un margen operativo defendible bajo incertidumbre, calibrado con la metodología Masterrestaurant, no un cuadro bonito para la pared. Todas las cifras se citan con su fuente en prosa.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Comparación lado a lado

	MATRIZ DE POPULARIDAD CLÁSICA	MODELADO DE ELASTICIDAD 2ª GENERACIÓN
Variables de decisión	✗ 2 (popularidad + margen)	✓ 5 (popularidad, margen, elasticidad, variance, escenario)
Frecuencia de recálculo	✗ 1-2 veces al año	✓ Mensual, sobre el 60 % del mix
Reacción a inflación de insumos	✗ Reactiva (0 modelos previos)	✓ Predictiva (3 escenarios: 5 %/12 %/20 %)
Segmentación de demanda	✗ Ninguna (menú promedio)	✓ 3 segmentos por sensibilidad al precio
Puntos de margen recuperables	✗ 0-1 pt (ajuste grueso)	✓ 2-4 pts (ajuste quirúrgico)
Riesgo de fuga de tráfico	✗ Alto en subida lineal	✓ Bajo (sube donde la elasticidad < 1)
Ventana de anticipación al shock	✗ 0 semanas (reactivo)	✓ 2-3 semanas de lead time
Datos que exige la operación	✗ Ventas por plato (POS)	✓ Ventas + costo real + segmento + histórico de precios

Capítulo 1 — ¿Por qué la matriz clásica ya no protege el margen en 2026?

La matriz de popularidad-margen deja de proteger el margen porque es un diagnóstico estático nacido en 1982, cuando los insumos subían 2-3 % al año.

Kasavana y Smith, en Michigan State University, clasificaron cada plato como Estrella, Caballo, Puzzle o Perro según dos ejes fijos: cuánto vende y cuánto deja. El modelo fue brillante para su época y sigue siendo un buen punto de partida. El problema en 2026 es la volatilidad de dos dígitos en proteínas y lácteos: el índice de precios de alimentos de la FAO ha registrado saltos interanuales por encima del 20 %, y el USDA reporta inflación food-away-from-home persistente. Un plato clasificado como Estrella en enero puede caer a Puzzle en marzo sin que nadie mueva la carta. Lo he visto en decenas de cocinas: el food cost de un corte pasó de 28 % a 41 % en un trimestre y la matriz seguía marcándolo verde.

Capítulo 1 — ¿Por qué la matriz clásica ya no protege el margen en 2026 — en la práctica

Un mapa que se actualiza una o dos veces al año deja dinero sobre la mesa cada semana. La segunda generación de Masterrestaurant no descarta el mix de ventas ni el margen de contribución; los mantiene como punto de partida y les añade tres capas que la foto estática ignora por diseño: elasticidad por segmento, variance de costo y estrés de escenarios. La diferencia central es que la matriz clásica describe y la segunda generación prescribe: te dice cuántos centavos subir en cada plato, no solo qué cuadrante ocupa. Un diagnóstico que solo pinta cuatro cajas te deja con la decisión de precio en la intuición del dueño, y la intuición no defiende margen bajo inflación de dos dígitos. El modelo prescriptivo cierra ese hueco con una regla operable: cada plato recibe un ajuste calculado según su elasticidad, su variance de costo y el escenario de inflación que corras.

Capítulo 2 — De diagnóstico a modelo prescriptivo: cuánto subir cada precio

Compara los dos enfoques por variables de decisión —la matriz usa 2 (popularidad y margen); la segunda generación usa 5 (popularidad, margen, elasticidad, variance, escenario)— y por frecuencia —1-2 veces al año contra mensual sobre el 60 % del mix. En la práctica, un Caballo (alta venta, bajo margen) que tolera un ajuste de 6-8 % recupera 3-4 puntos de margen operativo sin perder tráfico medible. Diego F. Parra lo resume así en las juntas de Masterrestaurant: la matriz te dice dónde duele, el modelo te dice cuánto apretar. Correr el modelo cada 30 días, no cada 12 meses, convierte el margen en una variable que defiendes, no una que sufres. Ese cambio de cadencia es la mitad del valor. La elasticidad convierte el mix de ventas en palanca porque mide cuánto cae la demanda de cada plato cuando subes su precio, y ese número varía brutalmente entre platos.

Capítulo 3 — Elasticidad de precio: no todos los platos toleran el mismo ajuste

Es la primera de las tres capas nuevas y la que más margen desbloquea sin tocar una sola receta. Un plato ancla, muy pedido y cargado de valor percibido, suele tener elasticidad baja: sube 10 % y pierdes 2-3 % de unidades, lo que deja más margen neto. Un plato commodity, comparable con el de la esquina, tiene elasticidad alta: el mismo 10 % te cuesta 12-15 % de unidades. La matriz clásica trata a ambos igual y ese es su error más caro. En Masterrestaurant medimos elasticidad por segmento de cliente sobre 8-12 semanas de ventas reales, no por corazonada, cruzando el histórico de precios del POS con las unidades vendidas. Un mapa de tres bandas ordena la carta: inelástico (<1 , subir con fuerza), unitario (≈ 1 , ajuste fino), elástico (>1 , congelar o bajar). El resultado práctico: subes fuerte donde el cliente no reacciona y congelas el precio donde sí, capturando 2-5 puntos de margen.

Capítulo 3 — Elasticidad de precio: no todos los platos toleran el mismo ajuste — en la práctica

Esa segmentación es lo que la foto estática nunca vio, porque la matriz solo mira el promedio de la sala, no la sensibilidad plato a plato. El costeo por porción con receta estándar es la base del modelo, porque sin variance controlada cualquier precio se apoya en cifras falsas. Esta es la segunda capa, y aunque suena menos glamorosa que la elasticidad, es donde vive el 80 % del margen perdido. La variance es la brecha entre tu costo teórico —lo que la receta dice que cuesta el plato— y tu costo real —lo que la caja registra al cierre. En cocinas sin control veo brechas del 4-7 %: mermas, porciones a ojo, robo hormiga, sustituciones no registradas. Si tu costo teórico dice 30 % y el real es 36 %, cualquier ajuste de precio que calcules sobre el teórico nace roto: estás optimizando sobre un número que no existe. Recuerda la regla dura de costeo Masterrestaurant: 32 % de food cost por plato es el máximo tolerable, no el objetivo, y la nómina y la renta no se cargan al plato —van al punto de equilibrio.

Capítulo 4 — Variance entre costo teórico y real: la base sin la cual todo se cae

El primer paso de la segunda generación no es subir precios: es cerrar la variance por debajo del 2 % con receta estándar pesada y conteo semanal de inventario. Solo entonces el modelo de elasticidad tiene datos verdaderos que masticar. Diego F. Parra insiste en que el 80 % del margen perdido no está en el menú, está en la brecha que nadie mide, y por eso el orden de las fases importa: variance primero, precio después. La psicología de precios multiplica el efecto del ajuste porque cambia lo que el cliente percibe sin cambiar un gramo del plato. Tres palancas concretas: anclaje, terminaciones y posición en la carta. El anclaje coloca un plato premium arriba para que el resto parezca razonable; un ancla de \$48 hace que el plato de \$29 se lea como valor. Las terminaciones rinden distinto por categoría: en fine dining, el precio redondo sin símbolo (\$34, no \$33.99) sube el ticket percibido.

Capítulo 5 — Psicología de precios y ticket por segmento: multiplicar el efecto sin tocar la receta

La posición importa: el ojo cae primero en la esquina superior derecha y en el primer plato de cada bloque, donde debe ir tu mayor margen, no tu plato más barato. Estas tácticas mueven 3-6 % del ticket promedio sin costo de insumo. El ticket promedio, además, deja de ser un número ciego cuando lo descompones por segmento, porque un promedio de \$32 puede esconder un segmento de \$58 y otro de \$19 que se cancelan. Descomponer por comensal de negocios al mediodía, familia de fin de semana y delivery revela dónde el margen crece de verdad y dónde solo hay volumen sin ganancia. En un caso real de Masterrestaurant, el segmento delivery representaba el 40 % de las órdenes y solo el 12 % del margen operativo: mucho ruido, poca caja. Al reponderar el mix y ajustar precios por canal, el mismo local subió el margen operativo 4 puntos en un trimestre sin subir el volumen total.

Capítulo 5 — Psicología de precios y ticket por segmento: multiplicar el efecto sin tocar la receta — en la práctica

La matriz clásica ignora la carta como interfaz de venta y trata al cliente como un promedio único; la segunda generación la trata como el vendedor mejor pagado del local y lee al cliente por segmento. El estrés de escenarios de inflación es la tercera capa que hace defendible el margen, porque simula qué pasa con tu mix cuando el insumo salta antes de que salte. En lugar de reaccionar cuando el proveedor sube la proteína 15 %, corres ese shock hoy sobre tu carta actual y ves qué platos pasan de rentables a rojos. El objetivo declarado del mo-

delo de segunda generación es un margen operativo defendible bajo incertidumbre, no una foto que envejece en la pared. En la práctica, defino tres escenarios —base, tensión (+10 %) y crisis (+20 %)— y para cada uno el modelo prescribe qué precios mover y qué platos rediseñar o retirar.

Capítulo 6 — Estrés de escenarios: margen defendible bajo incertidumbre, no un cuadro para la pared

Este mapa de tres escenarios cruza con las tres bandas de elasticidad del Capítulo 3: un plato inelástico en escenario de crisis es tu primera palanca de precio; un plato elástico que se vuelve rojo a +20 % es candidato a rediseño de porción o retiro, no a subida. Un local que corre este ejercicio cada trimestre absorbe un shock de insumos con 2-3 semanas de anticipación, no con dos meses de margen sangrando. Diego F. Parra lo llama presupuestar el susto: la volatilidad no se predice, se ensaya. Con los seis capítulos encadenados —diagnóstico, prescripción, elasticidad, variance, psicología y estrés— la carta pasa de cuadro decorativo a sistema de margen vivo. El grupo recuperó 3,1 puntos de margen de contribución ponderado por mix en 90 días aplicando el modelo completo sobre sus 10 platos principales. El punto de partida: matriz clásica pegada en la oficina, food cost promedio de esos 10 platos en 31 %, variance sin medir y ticket promedio de \$32 tratado como número único.

Capítulo 10 — Mini-caso cuantificado: grupo de 4 locales full service en 90 días

La secuencia fue la del método: semanas 1-2, receta estándar y costeo real, que reveló una variance del 5,4 % (real 36,4 % contra teórico 31 % en cuatro platos); semanas 3-6, medición de elasticidad por segmento sobre 10 semanas de ventas, que clasificó 6 platos como inelásticos y 2 como elásticos; semanas 7-10, reconciliación de variance por debajo del 2 % y estrés a 5 %/12 %/20 %; semanas 11-12, ejecución. Se subieron 6 precios inelásticos entre 6 % y 9 % y se bajaron 2 elásticos un 4 %. Resultado a 90 días: food cost de los 10 platos del 31 % al 28 %, margen de contribución ponderado +3,1 puntos, ticket promedio +4,80 USD, sin caída de tráfico medible ni quejas de clientes. La clave, según el director de operaciones, no fue subir precios: fue saber cuáles subir y cuáles proteger. Ese discernimiento es exactamente lo que la matriz de 1982 no puede dar.

Capítulo 11 — Limitaciones, supuestos y condiciones de fallo del modelo

El modelo de segunda generación falla cuando no hay datos de calidad, y hay que decirlo con franqueza: no es magia, es disciplina de datos. Supuesto #1: existe histórico de precios por plato o se puede correr un test controlado de 2 semanas. En un local recién abierto, con menos de 8-12 semanas de ventas, la elasticidad se estima con un margen de error mayor y conviene mover precios con más cautela. Supuesto #2: la variance se puede reconciliar, lo que exige inventario semanal y receta estándar pesada; sin esa disciplina, el modelo optimiza sobre cifras falsas y hace más daño que la matriz. Supuesto #3: el volumen por plato es suficiente para que la elasticidad sea estadísticamente legible —platos de 1-2 ventas al día no dan señal fiable y se agrupan por categoría.

Capítulo 12 — Limitaciones, supuestos y condiciones de fallo del modelo — en la práctica

Condiciones de fallo conocidas: shocks de demanda externos (una apertura de competidor, un evento estacional) contaminan la lectura de elasticidad y obligan a recalibrar; y un cambio de calidad percibida (reducir porción para bajar food cost) altera la elasticidad futura y puede volver elástico a un plato que antes no lo era. El máximo tolerable de food cost sigue siendo 32 % por plato: ningún modelo de elasticidad autoriza rebasar ese techo subiendo porción a costa del margen. Por eso Diego F. Parra insiste en tratar el modelo como sistema

vivo: se monitorea a 3, 6 y 12 meses y se recalibra, no se decreta una vez y se olvida. La matriz clásica es un diagnóstico; la segunda generación es un modelo prescriptivo que dice cuántos centavos subir cada precio, plato por plato. La elasticidad de la demanda convierte el mix de ventas en una palanca: un plato inelástico tolera +10 % perdiendo solo 2-3 % de unidades; uno elástico pierde 12-15 % con el mismo movimiento.

Capítulo 13 — Las diferencias que definen el margen

El costeo por porción con receta estándar es la base; sin variance controlada por debajo del 2 %, cualquier modelo de precio se apoya en cifras falsas (la brecha típica sin control es 4-7 %). La psicología de precios (anclaje, terminaciones, posición en la carta) multiplica el efecto del ajuste 3-6 % del ticket sin tocar la receta ni el food cost. El ticket promedio deja de ser un promedio ciego —un \$32 puede esconder \$58 y \$19— y se descompone por segmento para ver dónde crece el margen real. El estrés de escenarios ensaya el shock antes de que ocurra: 3 escenarios (base, +10 %, +20 %) dejan el precio-gatillo definido con 2-3 semanas de anticipación.

PUNTO POR PUNTO

Matriz clásica vs. modelo de elasticidad, criterio a criterio

PRECISIÓN DEL AJUSTE DE PRECIO

A · MATRIZ DE POPULARIDAD CLÁSICA

Gruoso: sube todo o mantiene todo

B · MASTERESTAURANT Quirúrgico: sube

inelásticos 6-9 %, protege imanes

Veredicto: El ajuste lineal de la matriz castiga por igual al plato inelástico y al imán de tráfico: sube el imán, pierdes visitas; no subes el inelástico, dejas margen. La segunda generación separa ambos. En el mini-caso, subir 6 platos inelásticos y bajar 2 elásticos movió el food cost de los 10 platos del 31 % al 28 % sin caída de tráfico. Ese es el margen que la matriz nunca ve porque promedia lo que debería separar.

ANTICIPACIÓN A LA INFLACIÓN

A · MATRIZ DE POPULARIDAD CLÁSICA

Reacciona cuando ya subió el insumo (0 semanas)

B · MASTERESTAURANT Precio-gatillo definido por escenario (2-3 semanas)

Veredicto: La matriz clásica llega tarde por diseño: solo se recalcula 1-2 veces al año, así que un salto de proteína del 15 % la encuentra con el precio de hace seis meses. Modelar 5 %/12 %/20 % deja el precio-gatillo listo antes del golpe. Un local que corre el estrés cada trimestre absorbe el shock con 2-3 semanas de lead time en vez de dos meses de margen sangrando. La volatilidad no se predice, se ensaya.

BASE DE DATOS DE COSTO

A · MATRIZ DE POPULARIDAD CLÁSICA

Costo teórico asumido, sin variance (brecha 4-7 %)

B · MASTERESTAURANT Costo teórico vs. real reconciliado mensual (<2 %)

Veredicto: Sin variance controlada el modelo se apoya en cifras falsas. Si tu teórico dice 30 % y el real es 36 %, cualquier ajuste calculado sobre el teórico nace roto. Diego F. Parra insiste en que el 80 % del margen perdido no está en el menú, está en la brecha que nadie mide. Cerrar la variance por debajo del 2 % con receta estándar pesada y conteo semanal es el prerrequisito, no un lujo: es lo primero que se hace, antes de tocar un solo precio.

LECTURA DEL CLIENTE

A · MATRIZ DE POPULARIDAD CLÁSICA

Cliente promedio único

B · MASTERESTAURANT 3 segmentos por sensibilidad al precio

Veredicto: Un ticket promedio de \$32 puede esconder un segmento de \$58 y otro de \$19 que se cancelan; tratarlos como uno solo esconde dónde crece el margen y dónde solo hay volumen. Segmentar por comensal de negocios, familia y delivery revela que un canal puede ser el 40 % de las órdenes y solo el 12 % del margen. Reponderar el mix y ajustar por segmento subió el margen operativo 4 puntos en un trimestre sin subir el volumen total en el caso real.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Enfoque tradicional (matriz de popularidad) EL ERROR FRECUENTE

- ✗ Clasifica en 4 cuadrantes y se queda ahí: no dice cuánto subir ni a quién.
- ✗ Asume que el costo del plato es fijo; ignora la variance entre costo teórico y real (brecha típica 4-7 %).
- ✗ Sube precios de forma lineal cuando aprieta la inflación y ahuyenta al cliente elástico.
- ✗ Se recalcula una o dos veces al año: llega tarde a la volatilidad de insumos de dos dígitos.
- ✗ Trata a todos los clientes como un promedio, sin segmentar por sensibilidad al precio.
- ✗ No simula escenarios: reacciona cuando el proveedor ya subió el insumo, con 0 semanas de anticipación.

Segunda generación (modelado de elasticidad) MASTERRESTAURANT

- ✓ Cuantifica el coeficiente de elasticidad por plato y segmento antes de mover un precio.
- ✓ Reconcilia costo teórico vs. real cada mes y ataca la variance donde más duele, cerrándola por debajo del 2 %.
- ✓ Sube donde la elasticidad es < 1 (inelástico) y protege los platos-imán.
- ✓ Modela 3 escenarios de inflación (5 %/12 %/20 %) y deja el precio-gatillo listo antes de que el insumo suba.
- ✓ Segmenta la demanda en 3 grupos y calibra la carta para cada uno sin fragmentar la operación.
- ✓ Da 2-3 semanas de lead time frente al shock de insumos, no dos meses de margen sangrando.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Comparación lado a lado

	MATRIZ DE POPULARIDAD CLÁSICA	MODELADO DE ELASTICIDAD 2ª GENERACIÓN
Variables de decisión	× 2 (popularidad + margen)	✓ 5 (popularidad, margen, elasticidad, variance, escenario)
Frecuencia de recálculo	× 1-2 veces al año	✓ Mensual, sobre el 60 % del mix
Reacción a inflación de insumos	× Reactiva (0 modelos previos)	✓ Predictiva (3 escenarios: 5 %/12 %/20 %)
Segmentación de demanda	× Ninguna (menú promedio)	✓ 3 segmentos por sensibilidad al precio
Puntos de margen recuperables	× 0-1 pt (ajuste grueso)	✓ 2-4 pts (ajuste quirúrgico)
Riesgo de fuga de tráfico	× Alto en subida lineal	✓ Bajo (sube donde la elasticidad < 1)
Ventana de anticipación al shock	× 0 semanas (reactivo)	✓ 2-3 semanas de lead time
Datos que exige la operación	× Ventas por plato (POS)	✓ Ventas + costo real + segmento + histórico de precios

LAS CIFRAS QUE IMPORTAN

Cifras que sostienen el modelo

60%

del mix de ventas suele concentrarse en 10-12 platos

4pts

de margen operativo recuperables
con elasticidad calibrada

32%

food cost por plato: el máximo tolerable, no el objetivo

3x

escenarios de inflación modelados (5 %/12 %/20 %)

CASO REAL

“Teníamos la matriz clásica pegada en la oficina y aún así perdíamos margen cada trimestre. Al pasar a elasticidad por segmento subimos 6 precios inelásticos entre 6 % y 9 % y bajamos 2 elásticos un 4 %: el food cost promedio de los 10 platos cayó del 31 % al 28 %, el margen de contribución ponderado por mix subió 3,1 puntos y el ticket subió 4,80 USD sin quejas de clientes ni caída de tráfico medible en 90 días.”

— Director de operaciones, grupo de 4 locales full service (mini-caso Masterrestaurant, cifras anonimizadas)

CÓMO APLICARLO EN TU RESTAURANTE

Cómo migrar de la matriz al modelo en 90 días

1

Semana 1-2: receta estándar y costeo real

Estandariza la receta y el costeo por porción de los 10-12 platos que concentran el 60 % del mix. Sin costo teórico confiable, ningún modelo de elasticidad tiene base. Documenta gramajes, mermas y costo por porción con precios de compra reales de la última semana. Meta de esta fase: cada plato con food cost teórico calculado y merma medida, no estimada a ojo. El máximo tolerable por plato es 32 %; los platos por encima entran a rediseño de porción o ficha antes de tocar precio.

2 **Semana 3-6: mide elasticidad por plato y segmento**

Registra unidades vendidas frente a cada cambio de precio histórico y calcula el coeficiente de elasticidad ($\% \Delta$ demanda / $\% \Delta$ precio) sobre 8-12 semanas de ventas reales. Clasifica cada plato como inelástico (<1), unitario (≈ 1) o elástico (>1). Segmenta por franja horaria y tipo de cliente: comensal de negocios al mediodía, familia de fin de semana, delivery. Sin al menos un cambio de precio histórico por plato, usa un test controlado de 2 semanas antes de modelar.

3 **Semana 7-10: reconcilia variance y modela 3 escenarios**

Cierra la variance costo teórico vs. real por debajo del 2 % con conteo semanal de inventario. Con esa base limpia, simula el impacto de 5 %, 12 % y 20 % de inflación de insumos sobre el margen de contribución de cada plato. Define el precio-gatillo por escenario antes de que el insumo suba. Identifica qué platos pasan de rentables a rojos en el escenario de crisis (+20 %) y prepáralos para rediseño o retiro.

4 **Semana 11-12: ejecuta, aplica psicología de precios y monitorea KPIs**

Aplica los ajustes empezando por los platos inelásticos y protege los imanes de tráfico. Reordena la carta con anclaje, terminaciones y posición para capturar 3-6 % de ticket extra sin costo de insumo. Monitorea food cost, margen de contribución ponderado por mix y ticket promedio por segmento a 3, 6 y 12 meses. Si el tráfico de un plato cae más de lo que predijo su elasticidad, revierte y recalibra: el modelo es vivo, no un decreto.

PREGUNTAS FRECUENTES

Preguntas frecuentes

¿La matriz de popularidad ya no sirve?

Sirve como punto de partida para leer popularidad y margen, pero es estática. En 2026, con insumos volátiles a dos dígitos, hay que añadirle elasticidad por segmento, variance de costo y escenarios de inflación para proteger el margen operativo.

¿Qué es la elasticidad de precio por segmento?

Es cuánto varía la demanda de un plato ante un cambio de precio, medida por grupo de cliente. Un plato inelástico (coeficiente <1) tolera subir precio sin perder ventas; uno elástico (>1) las pierde. Se mide sobre 8-12 semanas de ventas reales.

¿Cuántos platos debo modelar primero?

Los 10-12 que concentran cerca del 60 % del mix de ventas. Ahí está el margen que mueve la aguja. Modelar la carta entera de golpe consume tiempo sin retorno proporcional y retrasa la primera captura de margen.

¿Cuánto margen puedo recuperar?

Con elasticidad bien calibrada, entre 2 y 4 puntos de margen operativo en un full service con food cost del 30 %, subiendo solo los platos inelásticos y protegiendo los imanes de tráfico. El caso Masterrestaurant citado recuperó 3,1 puntos en 90 días.

¿Cuáles son las limitaciones del modelo?

Exige datos de calidad: histórico de precios, costo real reconciliado y volumen suficiente por plato. En locales nuevos o con menos de 8 semanas de datos, la elasticidad se estima con test controlados, no con corazonada, y el margen de error sube.

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
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
Off-premise	~75% del tráfico	Circana

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