

RUTA DE TRANSFORMACIÓN

EXPONENCIAL

Arranca el 30 de octubre · 21 cupos

Inversión desde USD 2.497

Transforma tu restaurante en 8 semanas

02

DÍAS

22

HRS

25

MIN

23

SEG

Aplicar a mi cupo →

Checklists

Comisiones de delivery que matan el margen: mito vs realidad (2026)



Por **Diego F. Parra** · Actualizado 2026-09-30 · Dark Kitchens y Foodtech

MASTERRESTAURANT®

Checklist

Comisiones de delivery que matan el margen: mito vs realidad (2026)

+8.400 restaurantes · 43 países

restaurantecercademi.co

VEREDICTO RÁPIDO

Realidad, no mito: las comisiones de delivery de 18% a 35% por pedido sí pueden borrar el margen completo de un plato si tu food cost ya está en el límite del 32%. Lo que es mito es creer que la solución es subir precios sin tocar nada más. Diego F. Parra lo resume así: 'la comisión no mata el negocio, la falta de un menú diseñado para delivery sí'.

 **Checklist** Checklist verificable con criterio de "hecho" medible por ítem · 14 min de lectura · 2026-09-30

El error que veo una y otra vez en cocinas de Bogotá, Medellín y Ciudad de México es el mismo: calculan el food cost del plato para consumo en sala y usan el mismo precio en la app de delivery. Ese descuido cuesta entre 8 y 14 puntos de margen por orden, según el ticket promedio. Plataformas como Rappi, Uber Eats o DiDi Food cobran comisiones que van del 18% en planes básicos hasta 35% en planes con marketing incluido, y casi nadie estructura un menú distinto para absorber ese costo.

La realidad de 2026 es que el canal delivery ya representa entre 22% y 40% de la facturación en restaurantes urbanos, según los datos que recogemos en consultorías de Masterrestaurant. Ignorar la comisión en el costeo no es un mito de redes sociales: es una decisión contable que arrastra a food cost reales de 38% a 45%, muy por encima del techo recomendado de 32%.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Comparación lado a lado

	MITO	REALIDAD
Impacto en el margen	✗ La comisión solo resta 5%-8% del precio de venta	✓ Resta entre 18% y 35% del precio, golpeando directo el margen bruto
Food cost ideal para delivery	✗ Usar el mismo 30% de food cost que en sala	✓ El food cost para delivery debe bajar a 24%-26% para dejar espacio a la comisión
Empaque	✗ El empaque cuesta menos de \$300 COP por orden	✓ Empaques térmicos cuestan entre \$800 y \$1.500 COP y rara vez se cobran al cliente
Ticket promedio necesario	✗ Cualquier ticket es rentable en delivery	✓ Se necesita un ticket mínimo de \$35.000 COP para que el 30% de comisión no devore el margen
Tiempo de preparación	✗ La velocidad no afecta la rentabilidad	✓ Cada 3 minutos extra de preparación reduce 12% la capacidad de órdenes por hora
Marca propia vs marketplace	✗ Estar solo en apps de terceros maximiza ventas	✓ Canales propios cuestan 0% de comisión y suman hasta 18% extra de margen neto

Verifica si tu food cost de delivery está separado del de sala

Cumple este punto si tienes una ficha de costeo distinta para el menú de delivery, no la misma que usas en sala. El error que veo una y otra vez en cocinas de Bogotá, Medellín y Ciudad de México es idéntico: calculan el food cost del plato para consumo en sala y lo replican tal cual en la app. Ese descuido puede costar varios puntos de margen por orden, especialmente cuando el ticket promedio de delivery se ubica entre 20 y 35 USD, según Lightspeed (2025). Plataformas como Rappi, Uber Eats o DiDi Food cobran comisiones que van del 18% en planes básicos hasta 35% en planes con marketing incluido, y casi ningún restaurante estructura un menú distinto para absorber ese costo. Si tu Excel de costeo tiene una sola columna para ambos canales, ya estás perdiendo dinero sin saberlo. La corrección toma una tarde: duplica la ficha, súmale la comisión real de cada plataforma y compara el margen resultante contra tu piso del 32% de food cost.

¿Tu precio de delivery cubre la comisión sin destruir el margen?

Cumple este punto si el precio en app ya incluye un sobrecosto de 8% a 15% frente al precio de sala, calculado sobre la comisión real que cobra cada plataforma.

La realidad de 2026 es que el canal delivery ya representa entre 22% y 40% de la facturación en restaurantes urbanos, según los datos que recogemos en consultorías de Masterrestaurant, así que no puedes tratarlo como canal marginal. Ignorar la comisión en el precio no es un mito de redes sociales: es una decisión contable que arrastra el food cost real de 38% a 45%, muy por encima del techo recomendado de 32%. He visto dueños que suben el precio en la app un 40% de un día para otro y pierden pedidos porque el cliente compara contra la competencia en la misma pantalla. El ajuste correcto es gradual, plato por plato, priorizando los de mayor volumen y menor margen actual.

Revisa si el mix de plataformas concentra el riesgo en una sola

Cumple este punto si ninguna plataforma representa más del 60% de tus pedidos de delivery. Restaurantes que dependen en un 80% o más de una sola app quedan expuestos a cualquier cambio unilateral de comisión, y en Latinoamérica esos ajustes han llegado hasta 5 puntos porcentuales en renovaciones de contrato recientes. Diversificar entre dos o tres plataformas, aunque implique más trabajo operativo, reduce ese riesgo de concentración. La meta no es maximizar pedidos totales, sino sostener el margen cuando una plataforma decide cambiar las reglas.

Confirma que empacas para delivery, no para sala

Cumple este punto si tu empaque de delivery cuesta menos del 3% del ticket promedio y resiste el tiempo real de entrega sin arruinar el plato. Un empaque mal elegido genera hasta 12% de pedidos con reclamo o reembolso, según el histórico que manejamos en consultorías de Masterrestaurant, y cada reembolso es margen perdido dos veces: una en el costo del plato y otra en la comisión ya pagada a la plataforma. El error común es usar el mismo empaque genérico para todo el menú, cuando una pasta necesita ventilación distinta a una hamburguesa. Invertir en empaque específico por categoría de plato reduce reclamos de forma consistente, un ajuste que la experiencia de Diego F. Parra en la operación de delivery confirma una y otra vez. Ese ahorro en reembolsos casi siempre supera el costo extra del empaque correcto.

¿Sabes cuál es tu punto de equilibrio real por canal de delivery?

Cumple este punto si puedes decir, sin calculadora, cuántos pedidos diarios por plataforma necesitas para cubrir nómina de repartidores internos, empaque y comisión antes de generar utilidad.

La mayoría de los dueños con quienes trabajamos en Masterrestaurant conoce su punto de equilibrio de sala, pero no el de delivery, y son estructuras de costo completamente distintas. Nómina, renta y servicios fijos no se cargan al plato individual, van al punto de equilibrio del canal completo; mezclar ambos costeos es el segundo error más común que vemos después del food cost mal calculado. Un restaurante mediano en Medellín que auditamos necesitaba 34 pedidos diarios por plataforma para cubrir sus costos fijos de delivery; operaba con 21, es decir, con pérdida encubierta en ese canal durante ocho meses seguidos. Calcula ese número antes de decidir si vale la pena seguir en una plataforma.

Verifica si estás pagando por publicidad dentro de la app sin medir retorno

Cumple este punto si cada peso invertido en promociones patrocinadas dentro de la plataforma tiene un retorno medido en pedidos incrementales, no solo en visibilidad. Los planes de marketing que suben la comisión de 18% a 30% o 35% prometen más visibilidad, pero en los casos que hemos revisado en Masterrestaurant, solo 4 de cada 10 restaurantes logran que ese pedido adicional cubra el costo extra de comisión. El error es contratar el plan premium por presión comercial de la plataforma, sin correr una prueba de un mes comparando el mismo plato con y sin promoción pagada. Si tu comisión subió y tus pedidos no crecieron al menos un 15% en ese periodo, estás pagando por publicidad que no se traduce en margen, y lo correcto es bajar de plan de inmediato.

¿Tu carta de delivery tiene menos platos, no más precio?

Cumple este punto si tu menú de delivery tiene entre 30% y 40% menos referencias que tu carta de sala, priorizando los platos con food cost más bajo y mejor resistencia al transporte.

Es mito creer que la solución a la comisión es solo subir precios sin tocar nada más; la realidad, y lo he visto en decenas de restaurantes en consultorías de Masterrestaurant, es que recortar la carta a los platos más rentables reduce desperdicio de insumos y acelera tiempos de cocina, lo cual mejora la calificación en la app y, con ella, el volumen de pedidos orgánicos. Un restaurante que redujo su carta de delivery de 45 a 27 platos recuperó 6 puntos de margen en tres meses, sin subir un solo precio, simplemente eliminando los platos que menos aportaban y más comisión relativa consumían por su bajo ticket.

PUNTO POR PUNTO

Mito vs Realidad: 5 creencias sobre comisiones de delivery

IMPACTO REAL EN EL MARGEN

A · MITO Mito: la comisión resta 5%-8% del precio

B · MASTERRESTAURANT Realidad: resta 18%-35% del precio de venta

Veredicto: Realidad gana: la comisión promedio en 2026 es 27%, no 6%.

FOOD COST IDEAL

A · MITO Mito: usar 30% igual que en sala

B · MASTERESTAURANT Realidad: bajar a 24%-26% para delivery

Veredicto: El food cost debe ajustarse por canal, máximo 32% combinado.

EMPAQUE

A · MITO Mito: cuesta menos de \$300 COP

B · MASTERESTAURANT Realidad: cuesta \$800-\$1.500 COP por orden

Veredicto: El empaque real es 3 a 5 veces más caro de lo estimado.

NEGOCIACIÓN DE COMISIÓN

A · MITO Mito: la comisión es fija e innegociable

B · MASTERESTAURANT Realidad: la comisión negociada baja de forma notable cuando el volumen mensual del restaurante crece.

Veredicto: Negociar cada 90 días recupera hasta 10 puntos de margen.

CANAL PROPIO

A · MITO Mito: las apps son el único canal viable

B · MASTERESTAURANT Realidad: WhatsApp y web propia cuestan 0%-3.5% de comisión

Veredicto: Migrar parte del volumen a canales con menor comisión mejora el margen neto.

Lo que cree el 80% de los dueños (Mito) MITO

- ✗ Subir el precio del menú en delivery 10% compensa cualquier comisión.
- ✗ Todas las plataformas cobran lo mismo, así que no vale negociar.
- ✗ El delivery es pura ganancia extra, sin costos ocultos.
- ✗ Un food cost de 32% funciona igual para sala y para apps.

Lo que muestra la caja registradora (Realidad) MASTERRESTAURANT

- ✓ Subir precio sin rediseñar el menú suele golpear la conversión de forma notable.
- ✓ La comisión negociada baja de 30% a 22% cuando el restaurante factura más de \$40 millones COP/mes en la plataforma.
- ✓ El delivery añade entre 6% y 9% de costos ocultos: empaque, mermas por transporte y pasarela de pago.
- ✓ El food cost para delivery debe bajar 4 a 6 puntos frente al de sala para sostener un margen del 12%-15%.

LAS CIFRAS QUE IMPORTAN

Las cifras que Masterrestaurant audita en cada restaurante

15

-30%

Comisión máxima que cobran los agregadores de delivery por pedido

45650

MILLONES USD

Mercado de cocinas en la nube en 2024 (estimación alterna)

15%

aumento del ticket promedio con técnicas
de psicología de menú, sin subir precios

248.1

B USD

tamaño proyectado del mercado
de cloud kitchen para 2035

28%

restaurantes que usan IA para automatización
de marketing como caso de uso principal

10

-30%

Margen neto de conceptos
solo de reparto (delivery-only)

15

-30%

Comisión de apps de delivery de terceros por pedido

65%

Operadores de servicio limitado con delivery

20

-35 USD

Ticket promedio de pedido de delivery EE. UU.

35%

Ticket mayor al ordenar directo vs apps de terceros

VISUALIZACIÓN

Las cifras, visualizadas

Comisión máxima que cobran los agregadores de delivery por pedido



aumento del ticket promedio con técnicas de psicología de menú, sin subir precios



tamaño proyectado del mercado de cloud kitchen para 2035



restaurantes que usan IA para automatización de marketing como caso de uso principal



Margen neto de conceptos solo de reparto (delivery-only)



Comisión de apps de delivery de terceros por pedido



Fuentes: [Independent Restaurant Coalition — Delivery Apps 2025](#) · [MarkNtel Advisors — Cloud Kitchen Market 2024](#) · [NeatMenu — Menu Psychology, 2026](#) · [Precedence Research, 2025](#) · [Toast — 2025 AI in Restaurants Survey Results](#)

Gráfico creado por [masterrestaurant.com](#)

CASO ILUSTRATIVO (COMPUESTO)

“Antes de trabajar con Masterrestaurant calculábamos el food cost solo para el menú de sala y replicábamos el mismo precio en Rappi. Teníamos un food cost real de 41% en delivery sin saberlo, porque nadie sumaba la comisión del 30% al costeo. Diego F. Parra nos hizo correr el ejercicio plato por plato: de 24 productos del menú, 9 perdían dinero en cada pedido por app. Rediseñamos un menú delivery-only de 10 platos con food cost de 26%, subimos el ticket promedio de \$26.000 a \$34.000 COP y migramos el 18% de los clientes recurrentes a pedidos directos por WhatsApp. En cuatro meses el margen neto del canal delivery pasó de -3% a 11%, y la facturación total del restaurante subió 19% sin abrir un local nuevo.”

— Mariana Castro, propietaria de Cocina Madre (Medellín), cliente Masterrestaurant desde 2025
Caso compuesto con fines ilustrativos: los nombres y las cifras del caso no describen un negocio real ni son datos del sector.

CÓMO APLICARLO EN TU RESTAURANTE

Checklist de 4 pasos para que la comisión de delivery no se coma tu margen



Paso 1: Audita el food cost real por canal

Antes de tocar precios, calcula el food cost real de cada plato sumando la comisión de la plataforma. Si tu food cost de sala es 30% y la comisión es 30%, tu costo total en delivery sube a 60% del precio de venta, dejando un margen bruto de apenas 40% antes de empaque y mermas. En Masterrestaurant usamos una matriz simple: costo de insumos + empaque (\$800-\$1.500 COP) + comisión (18%-35%) + pasarela de pago (2%-3.5%) = costo real del pedido. Cualquier plato que supere 68% de costo total en delivery debe salir del menú de la app o subir de precio mínimo 15%.



Paso 2: Diseña un menú delivery-only

Un menú delivery-only de 8 a 12 platos, distinto al de sala, permite bajar el food cost a 24%-26% porque seleccionas insumos con mejor rendimiento en transporte y empaque más barato. Los platos con salsas líquidas o frituras pierden hasta 30% de calidad percibida en 20 minutos de trayecto, lo que dispara reembolsos hasta 4% del total de pedidos. Diseña platos que viajen bien: bowls, guisos, parrillas con almidón separado. Esto reduce mermas del 9% al 3%, según datos medidos en cocinas de Masterrestaurant en Bogotá y Lima.



Paso 3: Negocia el plan de comisión según volumen

Las plataformas negocian comisión por volumen: a mayor facturación mensual, menor porcentaje de comisión. Pide la renegociación cada 90 días con datos de tu propio dashboard, no con la cifra que muestra la app. Compara siempre 3 plataformas activas: si Rappi cobra 32% y DiDi Food ofrece 24% por el mismo volumen, mover el 40% de tus pedidos reduce la comisión promedio ponderada en 5 a 7 puntos sin perder visibilidad.



Paso 4: Migra clientes a canal propio sin comisión

El canal propio —WhatsApp, web con pasarela propia o pedidos telefónicos— cuesta entre 0% y 3.5% de comisión, frente al 18%-35% de los marketplaces. Migra primero a tus clientes recurrentes: es el grupo que más pedidos repetidos genera. Ofrece un incentivo de 8%-10% de descuento por pedido directo, financiado con el ahorro de comisión, y mide en 60 días qué porcentaje migra. Un restaurante típico mueve 15%-25% de su volumen de delivery a canal propio en el primer semestre.

PREGUNTAS FRECUENTES

Preguntas frecuentes sobre comisiones de delivery y margen

¿Cómo puede un restaurante vender por delivery sin pagar comisión?

Con un canal propio de pedidos: su página web o un enlace de pedido directo, WhatsApp con catálogo y repartidores propios o contratados con tarifa fija por entrega, en lugar de la comisión porcentual del agregador. No hace falta salir de las apps de un día para otro; úselas para que nuevos clientes lo descubran y lleve al cliente recurrente al canal directo con una razón concreta, como un combo exclusivo o el envío incluido. Antes de dar el paso, calcule el costo real de cada entrega propia (repartidor, empaque, pasarela de pago) y compárelo plato por plato con lo que hoy le cobra la plataforma.

¿Cuál es la comisión de delivery que mata el margen de un restaurante?

Cualquier comisión entre 25% y 35% mata el margen si tu food cost ya está en el techo de 32%. La suma de food cost más comisión no debe superar 58%-60% del precio de venta; por encima de eso, el plato pierde dinero al sumar empaque y pasarela de pago.

¿Conviene subir los precios en las apps de delivery para compensar la comisión?

Subir precios sin rediseñar el menú suele reducir la conversión de forma notable. Es mejor crear un menú delivery-only con food cost de 24%-26% y subir el ticket promedio con combos, no solo con el precio unitario del plato.

¿Cómo se calcula el food cost real cuando hay comisión de delivery?

Suma costo de insumos, empaque (\$800-\$1.500 COP), comisión de la plataforma (18%-35%) y pasarela de pago (2%-3.5%). Si el total supera 60%-65% del precio de venta, el plato no es viable para delivery y debe rediseñarse o salir del menú de la app.

¿Cuánto se puede ahorrar moviendo clientes al canal propio en 2026?

Un restaurante típico ahorra entre 15 y 22 puntos de comisión por pedido al moverlo a WhatsApp o web propia, donde la pasarela cobra 0%-3.5% frente al 18%-35% de los marketplaces. Migrar parte del volumen a canales con menor comisión mejora el margen neto total.

DATOS Y FUENTES

Datos 2026 de comisiones de delivery

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

Dato	Valor	Fuente
inversión agrifoodtech de startups en EE. UU. en 2024, un alza del 14%	\$6.6 billion in 2024, up 14% from the prior year's \$5.8 billion	AgFunder News (AgFunder) — US agrifoodtech funding up 14% driven by investment in AI-related startups 2025
costo laboral máximo del rango que reporta el sector, sobre los ingresos	28% de las ventas (limited-service, promedio histórico 2010/2013/2016); dato ACTUAL 2024 = 31.7% (limited-service) / 36.	National Restaurant Association — Restaurant labor costs are well above historical averages 2024
Restaurantes aliados de Swiggy en India en 653 ciudades (FY2023-24)	196k restaurant partners (196,000) en 653 ciudades (2024)	Swiggy Limited — Annual Report 2023-2024
Proporción de operadores de restaurante que ya usan herramientas relacionadas con inteligencia artificial	26% (2026)	National Restaurant Association (vía Restaurant Dive) — NRA: Over 25% of restaurant operators use AI 2026
reparto de comida en línea a nivel mundial en 2026	US\$1.51tn (2026)	Statista — Online Food Delivery - Worldwide Statista Market Forecast 2026
CAGR proyectado del reparto de comida en línea mundial 2026-2031	6.24% (2026)	Statista — Online Food Delivery - Worldwide Statista Market Forecast 2026

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

