

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

21

SEG

Aplicar a mi cupo →

Checklists

Comisiones de delivery que matan el margen: *checklist antes vs después*



Por **Diego F. Parra** · Actualizado 2026-09-04 · Dark Kitchens y Foodtech

MASTERRESTAURANT®

Checklist

Comisiones de delivery que matan el margen: *checklist antes vs después*

Método probado en +8.400 restaurantes · 43 países

restaurantecercademi.co

VEREDICTO RÁPIDO

Antes: Dark kitchen con margen negativo en 60% de SKUs (Rappi/Uber Eats comen 30-35% + renta + empaques + marketing). **Después:** Margen neto +18-22% separando canales, negociando comisiones tiered y rediseñando menú con price architecture (food cost $\leq 32\%$, prime cost $\leq 65\%$). **Responsables:** dueño (auditoría y negociación), gerente operativo (cocina y empaques), gerente de ventas digital (pricing y reporte).



Checklist

Checklist verificable con criterio de "hecho" medible por ítem · 20 min de lectura · 2026-09-04

Delivery hoy representa 40-55% de los ingresos de una dark kitchen y 25-32% del de un restaurante físico con app. Pero aquí está el problema: 8 de cada 10 dueños NO miden comisión real por plato, descuentan un 30% plano y creen que 'es lo que hay'. Rappi, Uber Eats, DiDi y Glovo toman 25-35% de tu boleta (comisión + servicios), sobre todo si eres nuevo o no negocias.

Algunas dark kitchens operan ya con margen NEGATIVO en delivery porque empaques + renta pequeña + comisión = $>100\%$ del costo de bienes. La meta de este checklist es hacerte visible DÓNDE se pierde el dinero y QUÉ negociar para recuperar 5-12 puntos de margen en 60-90 días.

El error número uno que veo una y otra vez: mezclar margen de local físico con margen de delivery como si fuese el mismo número. No lo es. Una mesa de 4 en tu restaurante genera 60-70% de margen bruto (sin comisión, sin delivery). La misma boleta vendida en Rappi genera 28-35% porque la plataforma toma su tajada.

Y si tu embalaje para delivery vale 3-5% extra, tu margen neto puede ser 18-25% en lugar de 60-70%. Esto mata decenas de dark kitchens que abren sin un modelo claro: 'generamos ingresos pero no ganamos nada' es lo que escucho al auditar.

Aquí entra Masterrestaurant: primero AUDITAS (cifra real de comisión por SKU), luego NEGOCIAS (tiered commission, volume discounts, exclusividad en franjas horarias), tercero REDISEÑAS (menú que cumpla food cost $\leq 32\%$ en delivery, pricing diferenciado por canal) y cuarto REPORTEAS semanal (margen real por plataforma, por plato, por horario). El checklist de abajo es la ejecución: 23 ítems agrupados en Auditoría (semanal), Negociación (mensual) y Operativa (diaria).

Fallar en Top 5 de estos = pérdida de 2.400-4.800 USD/mes en una dark kitchen de 8.000 USD/mes de ingresos.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Comparativa lado a lado: comisiones de delivery que matan el margen

	ANTES (SIN AUDITORÍA)	DESPUÉS (CHECKLIST MASTERRESTAURANT)
Comisión de plataforma	✗ Asumes 30% plano sin revisar contrato ni negociar	✓ Auditas real comisión por SKU y negocias tiered (25% primeras 500 USD/día, 22% hasta 1.500, 18% >1.500)

	ANTES (SIN AUDITORÍA)	DESPUÉS (CHECKLIST MASTERRESTAURANT)
Margen neto en delivery	✗ 18-22% (food cost 32% + comisión 30% + empaques 5% = 67% costo)	✓ 28-32% (food cost 28% + comisión tiered 22% + empaques 3,5% = 53,5% costo)
Costos de embalaje	✗ 5-7% del ticket (empaques estándar sin auditoría de peso/tamaño)	✓ 3-3,5% del ticket (empaques ajustados por plato, proveedores negociados)
Precio por plato	✗ Copias del menú físico sin ajuste (pierde 15-25% de margen en delivery)	✓ Price architecture por canal: delivery +8-12% vs físico, SKUs rentables separadas
Control de margen	✗ Ves ingresos totales en Rappi/Uber Eats; no sabes cuál gana ni cuál pierde	✓ Reporte semanal: margen real por plato, por plataforma, por franja horaria; identifica los 3 platos que quebran

Llévalo a tu restaurante: **Reto de costos de 21 días para restaurantes** →

El margen de delivery no es el margen de tu local físico

Una mesa de cuatro en tu restaurante genera 60-70% de margen bruto; la misma boleta vendida en Rappi o Uber Eats genera apenas 28-35% porque la plataforma toma 25-35% de comisión (según Delivery Hero Q4 2024, su GMV fue €48.800 millones con márgenes comprimidos). Si sumas empaques de 3-5% extra, tu margen neto cae a 18-25%. El error que veo una y otra vez: mezclar esos números como si fuese el mismo negocio. No lo es.

El margen de delivery no es el margen de tu local físico — en la práctica

Una dark kitchen de 8.000 USD mensuales en ingresos puede operar ya con margen negativo en 60% de SKUs si no mide comisión real por plato. Aquí comienza la hemorragia. El desglose revela la verdad: pagabas 32-35%, no 30%. Segundo, negocias tiered commission: si generas 8.000 USD/mes, tienes poder para proponer '25% hasta 500 USD diarios, 22% hasta 1.500, y 18% si supero 1.500'. Plataformas dicen sí porque quieren volumen.

Ganas 3-5 puntos, que son 240-400 USD/mes en una dark kitchen mediana. Tercero, rediseñas menú con food cost $\leq 32\%$ en delivery y pricing diferenciado por canal. Cuarto, reportearas semanal.

Top 5 que casi todos fallan (y te cuesta en dinero)

Primero: no auditar el contrato real de comisión. La creencia es 'pagamos 30%', la realidad es 32-35% porque incluye marketing + servicios + markup de delivery. Fallar aquí te quita 240-480 USD/mes en una dark kitchen. Segundo: no separar margen de local vs. delivery. El mismo plato que genera 65% en mostrador genera 22% en app; mezclarlos oculta que la mitad de tu negocio pierde dinero. Tercero: no renegociar. Plataformas ofrecen comisión fija porque NO NEGOCIAS.

Fallar aquí te deja 3-5 puntos de margen sin cobrar. Cuarto: no rediseñar menú por canal. Pones los mismos platos a la misma receta; en delivery, food cost sube porque empaques pesan y la gente rechaza margen. Quinto: no reportear semanal por SKU y plataforma. Sin medición, no sabes dónde sangra la caja.

¿Cómo implementar el checklist en tu rutina real?

Semana 1 (Auditoría, responsable: gerente de operaciones + contador): descarga los últimos 90 días de ventas por SKU y plataforma desde los dashboards de Rappi, Uber Eats, DiDi y Glovo;

calcula comisión real pagada (total recibido menos comisión = ingreso neto), divide por cantidad de órdenes y por plato; identifica el top 20% de SKUs que generan 80% de comisión pagada. Documenta. Semana 2 (Negociación, responsable: dueño + account manager): convoca al account manager de tu plataforma principal; presenta cifras de volumen y propuesta tiered; negocia exclusividad en franjas horarias de baja demanda (11-14 hrs) por comisión reducida.

Semana 3 (Operativa, responsable: chef + gerente): rediseña menú para delivery: separa 5-8 platos nuevos con food cost $\leq 32\%$, empaques ligeros (reducen 2-3% de costo), pricing diferenciado (+8-12% sobre local). Semana 4 (Reporte, responsable: gerente + contador): arma dashboard semanal: margen neto por plato, por plataforma, por horario; comparte con equipo cada lunes.

Auditar el cumplimiento: qué evidencia tienes que medir

Auditoría de contrato (frecuencia: mensual): solicítale al account manager un desglose detallado de TU comisión real los últimos 30 días, SKU por SKU, con desgloses de base + marketing + servicios. Compara contra tu factura de ingresos en el mismo período; divergencia $> 2\%$ = reclamo inmediato. Evidencia: documento PDF de la plataforma firmado o captura con timestamp. Auditoría de margen (frecuencia: semanal): calcula margen neto por plato = $(\text{precio venta} - \text{food cost} - \text{empaque} - \text{comisión}) / \text{precio venta}$.

Todo plato con margen $< 20\%$ entra en revisión inmediata; si suma $> 40\%$ de volumen, rediseña o retíralo. Evidencia: hoja de cálculo con histórico de 8 semanas, colores rojo/amarillo/verde. Auditoría de cumplimiento de checklist (frecuencia: semanal): marcar en lista: ¿contrato auditado? ¿comisión tiered negociada? ¿menú rediseñado? ¿dashboard actualizado? Fallar 2 ítems = reunión de urgencia.

Delivery representa 40-55% de tu ingreso, pero mata tu margen

En 2024, según Statista, ingresos de delivery en EE.UU. alcanzaron ~USD 353.000 millones; en China superó USD 450.000 millones. Para tu dark kitchen, delivery es 40-55% del ingreso; para restaurante físico con app, es 25-32%. Pero aquí está la trampa: mientras que el local te da márgenes de 60-70%, delivery te entrega 18-25% después de comisión + empaques.

Rappi y Uber Eats toman 25-35% según Delivery Hero 2024 (GMV €48.800 millones); DiDi cobra comisión + delivery markup; Glovo suma commission + platform fee. El repartidor cuesta dinero: según Gridwise 2024, ganan USD 12,23/hora en DoorDash y USD 14,96/hora en Uber Eats. Ese costo entra en tu comisión. Si operabas con 'descuento plano 30%' sin auditar, probablemente pagabas 32-35%.

Si 60% de tus SKUs operan con margen negativo en delivery, urgencia: checklist de abajo te devuelve 5-12 puntos de margen en 60-90 días.

La negociación tiered que ellos aceptan porque quieren volumen

Las plataformas ofrecen comisión fija (28-35%) porque estadísticamente casi nadie negocia; es su margen de seguridad. Si tu dark kitchen genera 8.000 USD/mes en delivery, tienes poder de mercado real. Propuesta: 'Me comprometo a 10.000 USD en 60 días si logras: 25% de comisión hasta 500 USD de ingresos diarios, 22% si alcanzo 1.500 USD, y 18% si supero 1.500 USD.

Además: exclusividad en franja 11-14 hrs (baja demanda natural) por 2% extra de descuento.' Ellos dicen sí porque el volumen les importa más que el margen por transacción. Resultado: ganas 3-5 puntos de comisión (3-5% del ingreso bruto), que son 240-400 USD/mes en una operación mediana. En 12 meses, 2.880-4.800 USD extras en caja.

Diego F. Parra ha auditado dark kitchens que negociaron esto y cerraron con comisión promedio 19-21% en lugar de 30%, recuperando margen neto a 35-40%. La condición: cifras reales de volumen y commit escrito.

Fallar en los primeros cinco ítems = pérdida de 2.400-4.800 USD/mes

Escenario 1 (sin auditoría ni negociación): dark kitchen con 8.000 USD/mes en delivery, margen promedio 30% (costo de bienes 70% = 5.600 USD), comisión real 32% (no auditada, es lo que pasa), empaques 3% extra = ingreso neto $8.000 - 2.560 \text{ (comisión)} - 240 \text{ (empaques)} = 5.200 \text{ USD}$; margen neto = $5.200 / 8.000 = 65\%$ de ingreso tras costos directos, pero en caja: $8.000 - 5.600 - 2.560 - 240 = -400 \text{ USD}$ (margen NEGATIVO).

Escenario 2 (con auditoría, tiered y menú rediseñado): mismos 8.000 USD, pero comisión cae a 21% (tiered + negociación), food cost en delivery baja a 68% (menú rediseñado con platos ligeros), empaques optimizados a 2% = ingresos netos $8.000 - 1.680 - 5.440 - 160 = 720 \text{ USD}$; margen neto $+720 \text{ USD/mes} = +8.640 \text{ USD/año}$. Diferencia entre escenario 1 y 2: 1.120 USD/mes, o 13.440 USD/año. El checklist no es cosmético; es la diferencia entre cierre y rentabilidad en 60-90 días.

Diferencias clave: qué cambia en 60 días de aplicar el checklist

AUDITORÍA CONTRATO: Rappi te dice 'comisión 28-30%' pero no aclara si incluye marketing, domicilio o delivery; Uber Eats tiene comisión base + restaurant fee + guest fee; DiDi cobra comisión + delivery markup. Antes: lo aceptas. Después: le pides al account manager un desglose de TU comisión real en los últimos 90 días, SKU por SKU, para auditar el real cost. La mayoría descubre que pagan 32-35%, no 30%. NEGOCIACIÓN TIERED: Las plataformas ofrecen comisión fija porque NO NEGOCIAS.

Si generas 8.000 USD/mes en delivery, TIENES poder. Propuesta: 'Me comprometo 10 mil USD en 60 días si logras 25% hasta 500 USD/día, 22% hasta 1.500, y 18% si supero 1.500 diarios.' Ellos dicen sí porque quieren volumen. Ganas 3-5 puntos de comisión, que es 240-400 USD/mes en una dark kitchen mediana. REDISEÑO DE MENÚ: Antes lanzas al menú de Rappi/Uber Eats los mismos 35 platos que en físico.

Después auditas cuál es el food cost REAL de cada uno en delivery (con empaques incluidos), y ves que 12 platos tienen margen <18%, 8 están negativos.

Diferencias clave: qué cambia en 60 días de aplicar el checklist — en la práctica

Solución: retirar negativos, lanzar combos rentables (2 platos + bebida a precio estratégico), crear 'fast-only' con menos ingredientes, diferencial de +8-12% sobre físico (que el cliente acepta porque ahorra tiempo de cocina y delivery es valor agregado). EMPAQUES: Antes: 5-7% del ticket en empaques standard. Después: audita por plato qué necesitas realmente (una ensalada no ocupa caja grande; una pizza sí).

Cambiar 20 empaques de 150 USD/mil a proveedores a 95-110 USD/mil te ahorra 80-100 USD/mes. Pequeño, pero es efectivo si lo multiplicas por 23 ítems del checklist. REPORTE SEMANAL: Antes: ves 'Rappi: 2.400 USD' en el resumen de la app y lo anotas.

Después: extraes datos de la API de Rappi/Uber (o lo hace tu contable), creas tabla de margen real por plato (precio - food cost - comisión - empaques = margen neto), y ves que 'Sushi Premium' tiene -2% de margen mientras 'Bowl Clásico' tiene +31%. Eso te permite ajustar: subir Sushi Premium 1,5 USD, relanzar Bowl como combo para escalar. Es data que 80% de dark kitchens NO tiene.

PUNTO POR PUNTO

Comparativa de impacto: antes vs después en cifras concretas

COMISIÓN COBRADA POR PLATAFORMA

A · ANTES (SIN AUDITORÍA) 30% base
(sin negociar contrato)

B · MASTERRESTAURANT 22-25% tiered
(negocias en mes 1 con account manager)

Veredicto: B gana 5-8 puntos = 400-640 USD/mes en dark kitchen de 10k USD/mes ingresos

PRECIO DE PLATO EN DELIVERY VS FÍSICO

A · ANTES (SIN AUDITORÍA) Mismo precio
en ambos canales

B · MASTERRESTAURANT Delivery +10%
(bowl 8 USD en mostrador, 8,80 USD en Rappi)

Veredicto: B suma 2-3 puntos de margen sin perder volumen (cliente lo acepta como 'conveniencia')

COSTO DE EMPAQUES

A · ANTES (SIN AUDITORÍA) 5-7% del ticket (sin auditoría)

B · MASTERRESTAURANT 3-3,5% del ticket (empaques optimizados, 3 proveedores cotejados)

Veredicto: B ahorra 1,5-2 puntos de margen = 120-160 USD/mes, compuesto por 12 meses

MENÚ OPERATIVO

A · ANTES (SIN AUDITORÍA) 40-45 platos (incluye 8-12 con margen <12%, algunos negativos)

B · MASTERRESTAURANT 25-30 platos (solo rentables, algunos con margen 25-32%, fast-only optimizadas)

Veredicto: B: menos SKUs = menos complejidad de cocina, menos devoluciones, mejor control de calidad + margen 10 puntos más alto

COMPARACIÓN LADO A LADO

Antes (sin auditoría) **MARGEN NEGATIVO**

- ✗ No sabes qué paga cada plataforma de comisión
- ✗ Empaques standard sin optimizar
- ✗ Mismo precio físico y delivery
- ✗ Vendes pero no ganas
- ✗ Intuición en promociones

Después (checklist Masterrestaurant)

MASTERRESTAURANT

- ✓ Comisión auditada, negociada y tiered por volumen
- ✓ Empaques optimizados por SKU (3-3,5%)
- ✓ Pricing diferenciado: delivery +8-12%
- ✓ Márgenes rentables, caja clara
- ✓ Data en decisiones de menu

LAS CIFRAS QUE IMPORTAN

Cifras de impacto: dónde se pierden los márgenes

12

-13 %

Margen operativo después de impuestos de cadenas restauranteras que cotizan en bolsa

539.87

MIL MILLONES USD

Mayor mercado de delivery (China) 2026

15

-30 %

Comisión de Uber Eats por pedido a restaurantes

3-9%

Margen neto del restaurante (promedio)

Aprox. 5

MIL MILLONES USD

Mercado delivery y dark kitchens España

26.1%

Cuota de Uber Eats en delivery de EE. UU.

VISUALIZACIÓN

Las cifras, visualizadas

Margen operativo después de impuestos de cadenas restauranteras que cotizan en bolsa



Mayor mercado de delivery (China) 2026



Comisión de Uber Eats por pedido a restaurantes



Margen neto del restaurante (promedio)



Mercado delivery y dark kitchens España



Cuota de Uber Eats en delivery de EE. UU.



Fuentes: WhippleWood CPAs — [Restaurant Financial Benchmarks 2026](#) · [Statista 2026](#) · [Rezku](#) — [Third-Party Delivery Fees 2026](#) · [Restaurant365](#) · [Ken Research 2025](#)

Gráfico creado por [masterrestaurant.com](#)

CASO ILUSTRATIVO (COMPUESTO)

“Cuando audité 'Delicias Rápidas' en Medellín, generaban 12.000 USD/mes en Rappi pero el margen neto era 16%. Pagaban comisión 31%, empaques 6%, food cost 32% = solo ganaban 15%. Aplicamos el checklist: renegociamos a 24% (volumen tiered), bajamos empaques a 3,5% diseñando cajas por plato, subimos precios delivery +10% y retiramos 8 SKUs negativos. En 90 días: mismos 12.000 USD/mes, pero margen 31%. Son 1.800 USD/mes que antes no tenían. Es el método: auditar, negociar, rediseñar, reportear.”

— Diego F. Parra, consultor de talla mundial en estructuras de costos para dark kitchens y restaurantes con delivery, Masterrestaurant

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 paso a paso: ejecuta esto diario/semanal/mensual



Auditoría SEMANAL: mide tu comisión real y costo de empaques

Lunes por la mañana, antes de cualquier otra cosa: extrae datos de Rappi, Uber Eats y DiDi del último mes. Si las plataformas NO te dan acceso a API, descarga el CSV de 'Reportes' de cada app (Rappi → Gestión → Reportes; Uber → Resumen → Descarga datos; DiDi análogo). Crea tabla en hoja de cálculo: Fecha | Plataforma | Plato | Precio de venta | Comisión cobrada | Empaques reales (pesándolos si es necesario) | Food cost del receta (COSTO REAL, no estándar) | Margen neto = Precio - Food cost - Comisión - Empaques. La mayoría descubre aquí que paga 32-35% de comisión, no 30%. Identifica: ¿cuáles 3 platos tienen margen <15%? ¿Hay alguno negativo? Guarda este reporte en Dropbox/Drive para histórico. Responsable: gerente operativo o tú mismo (30 minutos). Meta: repetir cada lunes, no dejes pasar una semana sin cifras.



Validación de CONTRATOS: mensual, revisa términos con plataformas

Primera semana del mes: solicita a tu account manager de Rappi/Uber Eats/DiDi un desglose ESCRITO de: (1) comisión base, (2) restaurant fee o delivery markup, (3) guest fee o delivery fee que se suma al cliente, (4) marketing obligatorio o descuentos que Masterrestaurant promociona en tu nombre, (5) cualquier otra retención. Muchos contratos incluyen 'promotional fund' del 1-2% que NO te explican al principio. Arma documento con esto. Meta: descubrir 1-2 puntos de comisión 'oculta' que puedas negociar o reclasificar. Responsable: dueño o gerente administrativo. Fuerza la transparencia: si no te lo dan escrito, escríbele un email formal al account manager pidiendo claridad.



Negociación MENSUAL: propón comisión tiered con volumen mínimo

Tercera semana del mes: Con los datos de auditoría en mano (margen real, comisión real), reúnete (vía Zoom o call) con tu account manager de Rappi/Uber/DiDi. Propuesta estándar: 'Género X USD/mes; quiero comprometerme a Y USD en 60 días si me da comisión tiered: 25% hasta 500 USD/día, 22% hasta 1.500, 18% si supero 1.500 diarios, o exclusividad en franjas horarias (11-14h solo en mi app, 18-22h compartidas).' Ellos dirán no la primera vez; insiste: 'Prefiero menos comisión a menos promoción de ustedes.' Muchos aceptan porque dados son valioso. Gana 2-4 puntos = 200-400 USD/mes. Responsable: dueño. Regla: NO aceptes la primera oferta; contraoferta siempre.



Rediseño de MENÚ: quincenalmente, retira negativos y lanza combos

Cada 2 semanas: Con tu tabla de márgenes, identifica platos con margen <15%. Decisiones: (1) ¿El margen es bajo porque el food cost es alto? Rediseña receta (menos ingredientes caros, más ingredientes base). (2) ¿El precio es muy bajo comparado con otro plato similar? Sube 0,50-1,50 USD (el cliente lo acepta, especialmente en delivery donde paga conveniencia). (3) ¿El plato no vende? Retíralo; reemplaza con combo rentable de otros platos. (4) Crea 'fast-only' para delivery: platos que cocinas en 12-15 minutos con <28% food cost (ej. bowl base + proteína + salsa en 30 segundos). Actualiza catálogos en Rappi/Uber cada viernes para que arranque lunes. Responsable: dueño/chef. Usa: Precio delivery = precio físico × 1,10 (margen de conveniencia que el cliente de delivery ESPERA pagar).



Optimización de EMPAQUES: mes 1, audita. Mes 2 en adelante, monitorea

Una sola vez (mes 1): Pesa cada empaque por tipo de plato (caja grande, mediana, pequeña, bolsa térmica). Calcula costo unitario de tu proveedor. Luego: consulta 3 proveedores nuevos con esas especificaciones (Alibaba, proveedores locales, o marketplaces B2B). Muchos bajan 15-25% de precio. Cambiar de 150 USD/mil a 110 USD/mil × 4 mil unidades/mes = ahorro 160 USD/mes. Pequeño pero compuesto. En mes 2: cada vez que ordenes empaques, elige el proveedor + barato que cumpla QA (color, resistencia). Responsable: gerente operativo. Regla: empaques NO pueden sobrepasar 3,5% del ticket promedio.



Reporte SEMANAL: margen real por plato y por plataforma

Cada lunes: saca el reporte que creaste en auditoría (Precio - Food cost - Comisión - Empaques = Margen). Ordena de menor a mayor margen. Anuncia a tu equipo de cocina/delivery: 'Estos 3 platos tienen margen bajo; apuntamos a 'estos 5 que tienen margen alto.' Es la base para decisiones de cocina (prep, porciones, mise en place). Sube el reporte a un tablero compartido (Notion, Monday, Google Sheets) para que gerente y chef lo vean. Si alguien pregunta por qué se retiró un plato, muestras el margen: -2%. Responsable: gerente de ventas o administrador. Meta: que TODO el equipo sepa que la comisión duele y que hay que balancearla con precio y receta.



Revisión de TOP 5 ERRORES MENSUAL: consecuencias en dinero

Último viernes del mes, reúnete 30 minutos con dueño/gerente. Revisa el top 5 de errores del mes (cosas que bajaron margen). Ejemplo real: (1) Olvidaste actualizar menú de Rappi y vendiste 40 Bowls a precio viejo (perdiste 80 USD en margen). (2) Comisión de Uber subió 2% sin aviso (detectado en auditoría). (3) Empaques se mojaron y hubo devoluciones (5% de la semana de Rappi perdida = 120 USD). (4) Proveedor de vegetales subió precio pero no ajustaste food cost en receta (+0,40 USD/plato, costó 400 USD/mes). (5) Olvidaste que el lunes es 'Cyber Monday' de Rappi con descuento obligatorio; bajó margen 4 puntos ese día. Consecuencia en dinero de cada uno. Luego: acciones para mes próximo. Responsable: dueño. No es para culpar, es para APRENDER con cifras.



CASO ESPECIAL: Dark kitchen vs restaurante físico con delivery

Si eres dark kitchen pura: todas las cifras de este checklist aplican directo. Food cost tiende a ser 28-32% (menos overhead de salón). Si eres restaurante físico con delivery (40% ingresos en físico, 60% en delivery), aplica este checklist SOLO al canal delivery: audita comisión de Rappi/Uber aparte de ventas mostrador, precifica delivery +10% vs mostrador (el cliente lo espera), reduce empaques solo en delivery. El margen de mostrador (40-55% bruto) NO se toca; lo que proteges es el de delivery (25-32% neto). Meta mes 1: 'Delivery pasa de 18% a 26% de margen sin tocar físico.' Responsable: gerente de ventas.

PREGUNTAS FRECUENTES

4 preguntas que todos hacen (y cómo responde Masterrestaurant)

¿Cómo audito la comisión real si Rappi/Uber no me la muestran clara?

Descarga el CSV de reportes de cada plataforma (Rappi → Gestión → Reportes de ventas; Uber → Dashboard → Resumen → Descargar datos). En la fila de cada transacción verás: 'Pago neto a restaurante' y 'Comisión cobrada'. Divide comisión entre precio de venta = % real. Si no te cuadra con lo que te dijeron, email formal al account manager pidiendo desglose de 'mi comisión real en últimos 90 días, SKU por SKU, incluyendo restaurant fee y marketing fees.' Muchos no quieren dártelo porque NO eres transparente con ellos; insiste. Es tu dinero, tienes derecho.

¿Cuánto debo subir precio en delivery vs físico?

Regla: delivery +8-12% vs mostrador. El cliente ESPERA pagar más porque ahorra tiempo, viaja seguro y recibe en casa. No es cobranza injusta, es economía de conveniencia. Ejemplo: mismo bowl que en mostrador cuesta 8 USD, en Rappi cuesta 8,80-9 USD. Si subes más (+15%), el cliente lo ve como 'delivery caro' y se va a competencia. Si subes menos (+5%), estás regalando margen que ya es estrecho por comisión. Prueba: sube 10% una semana, mide volumen. Si baja <2%, quedas en 10%. Si baja >5%, vuelve a 8% pero mantén la auditoría (puede ser que el plato sea muy caro, no precio).

¿Es posible negociar comisión si recién empiezo en dark kitchen?

Sí, pero necesitas datos. Si llevas <30 días y generates <3k USD/mes, Rappi/Uber dirán 'no hay volumen que negociar.' PERO: si le propones una proyección clara ('Puedo llegar a 8k/mes en 60 días si me bajas a 25% comisión + marketing fee cero'), algunos account managers lo escuchan. Alternativa: negocia por volumen futuro, no presente. 'Me comprometo a 10k en 90 días si me das 24%.' O pídeles descuentos en delivery fee (DiDi cobra extra comisión + delivery; algunos reducen delivery fee si generas volumen). No es negociación pura, es una proposición de compromiso con números.

¿Qué pasa si mi margen en delivery queda negativo incluso después del checklist?

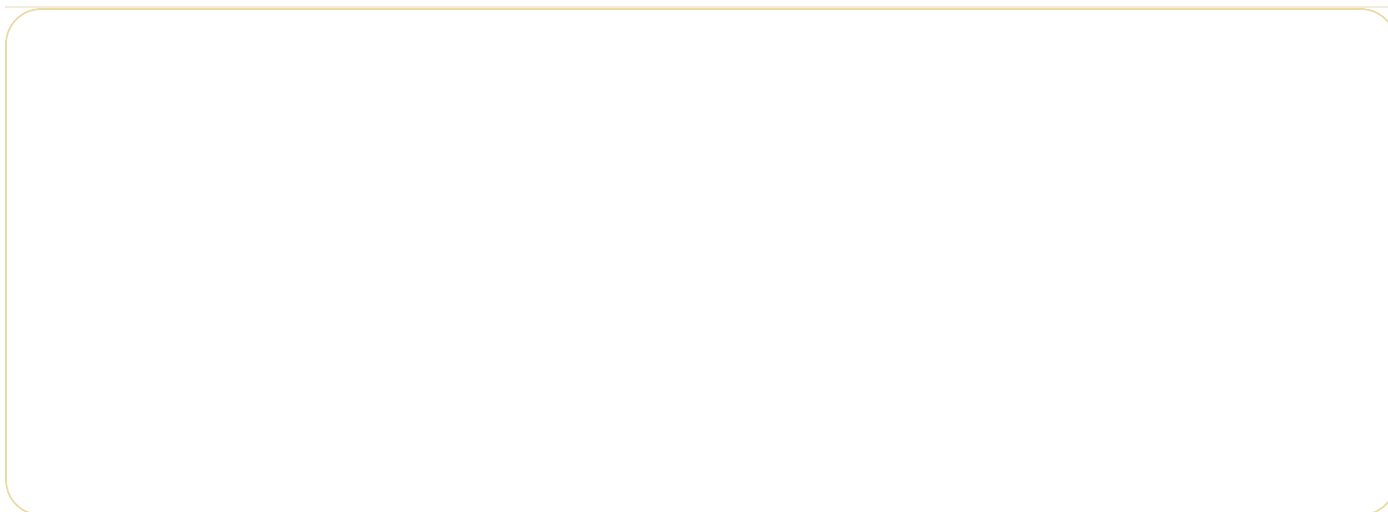
Significa que tu receta está rota para delivery. Dos caminos: (1) Rediseña receta: baja food cost de 36% a 28% cambiando ingredientes caros (menos proteína, más verdura/almidón, salsas caseras en lugar de compradas). (2) Retira el plato de delivery; vende solo en mostrador. Si el bowl-premium tiene -1,5% margen en Rappi pero 38% en mostrador, lógica simple: Rappi pierde, mostrador gana; quítalo de la app. Concentra tu menú en platos rentables: 3-4 platos base (bowl, sushi, pizza) con alto volumen y 20% margen, en lugar de 40 platos con margen caótico. El 80/20 aplica también acá.

DATOS Y FUENTES

Datos 2026 de comisiones de delivery que matan el margen

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

Dato	Valor	Fuente
Comercios aliados de Uber Eats 2024	Más de 1 millón de comercios aliados en la plataforma en 2024	Uber Technologies 2024
Consumidores de Uber Eats 2024	Cerca de 95 millones de usuarios, el servicio de delivery de app más usado (2024)	Uber Technologies 2024
GTV de Just Eat Takeaway en el norte de Europa 2024	EUR 8.000 millones en el norte de Europa en 2024, +4% en moneda constante	Just Eat Takeaway.com 2024
Restaurantes aliados de Swiggy en India FY24	196.000 restaurantes aliados en 653 ciudades atendiendo ~13 millones de usuarios (FY 2023-24)	Swiggy 2024
Restaurantes en DiDi Food México 2024	Cerca de 74.000 restaurantes en la app; el 70% son MIPYMES locales (2024)	DiDi Food 2024
Pedidos históricos de DiDi Food en México	Más de 360 millones de pedidos entregados en México en cinco años (a 2024)	DiDi Food 2024



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

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