

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

07

SEG

Aplicar a mi cupo →

Checklists

Checklist de rentabilidad de delivery: cada punto con su criterio de 'hecho' (sin auditar vs auditado)



Por **Diego F. Parra** · Actualizado 2026-10-01 · Dark Kitchens y Foodtech

MASTERRESTAURANT®

Checklist

Checklist de rentabilidad de delivery: cada punto con su criterio de 'hecho' (sin auditar vs auditado)

+8.400 restaurantes · 43 países

restaurantecercademi.co

VEREDICTO RÁPIDO

Este checklist te dice, punto por punto, si tu delivery deja o quita caja, y cada casilla tiene un criterio de 'hecho' verificable, no una intención. Las plataformas cobran 15-30% por pedido: en uno de \$25 al 25% son \$6.25 antes de comida y mano de obra. Si marcas menos de 6 de las 8 casillas, tu delivery casi seguro pierde entre \$1.80 y \$2.50 por pedido sin que lo veas.

El error que veo una y otra vez: dueños que 'creen' tener el delivery bajo control pero nunca lo auditaron con criterio. En Masterrestaurant usamos este checklist en la primera semana con cada grupo. Diego F. Parra lo resume: lo que no tiene criterio de 'hecho' no está hecho, está supuesto. Imprímelo, marca cada casilla con su prueba, y sabrás en una tarde si tu delivery suma.



Checklist

Checklist verificable con criterio de "hecho" medible por ítem · 19 min de lectura · 2026-10-01

Marcar una casilla sin su prueba es mentirse a solas: por eso cada punto de esta auditoría exige el dato concreto que lo sostiene, no 'medí la comisión' sino 'tengo la comisión efectiva por plataforma en un número, calculada sobre 90 días'. Esa diferencia decide caja, porque en delivery las medias verdades cuestan dinero real y nadie las nota hasta que cierra el mes.

Entre 2023 y 2026, los cierres que auditó Masterrestaurant muestran una comisión de contrato que va de 15% a 30% y que en la práctica ronda 33-38% del pedido, empaque, reembolsos e IVA incluidos. Sin ese criterio de HECHO, un checklist es apenas una lista de buenos deseos impresa.

Ahí caza esta auditoría el fallo que reaparece con cada grupo nuevo: costear el delivery al mismo precio del salón. El dueño sube el menú al app sin tocar nada y da por hecho que el margen aguanta igual. No aguanta: la comisión de 15-30% destruye entre 8 y 14 puntos que el estado de resultados del salón jamás refleja. En un pedido de \$25 al 25%, la comisión sola son \$6.25.

Por eso este checklist obliga a demostrar, casilla por casilla, que el precio ya se ajustó por canal y que el P&L del delivery quedó separado del salón, con prueba documentada y no con la sensación de que algo se hizo.

Toda esta lista obedece a una sola regla de costeo: la comisión SÍ se resta al costear el plato para delivery, la nómina y la renta NO. El food cost máximo son 32 puntos —nunca recomendado— y mide solo insumos, nada más. La comisión, en cambio, es costo variable directo del pedido y entra al precio de app, mientras nómina, renta y servicios se calculan aparte, contra el punto de equilibrio del negocio completo.

Varias casillas de este checklist solo confirman que esas dos capas no se mezclen. Confundirlas explica, en la práctica, la mitad de los errores de costeo que este checklist detecta.

Solo en las casillas finales entra la inteligencia artificial: pricing dinámico por canal, rentabilidad por plataforma medida en tiempo real, y un menú pensado para delivery que prioriza los platos con mayor margen tras comisión. Ninguna es obligatoria para arrancar. Sí marcan, eso sí, la frontera entre un delivery apenas rentable y uno optimizado. Los grupos que acompaña Masterrestaurant cierran primero las casillas de medición y costeo, y recién después las de IA.

El orden no es capricho: la IA multiplica un costeo por canal que ya funciona, no arregla uno que nunca se hizo bien desde el principio.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Checklist rentabilidad delivery: comparación lado a lado

	DELIVERY SIN AUDITAR (CASILLAS SIN MARCAR)	DELIVERY AUDITADO CON CHECKLIST MR (CASILLAS CON PRUEBA)
Comisión efectiva medida	✗ no (asume 25%)	✓ sí (32-38% por plataforma)
Precio de app ajustado	✗ no (igual al salón)	✓ sí (+18% en platos que resisten)
P&L del delivery separado	✗ no (mezclado)	✓ sí (con equilibrio propio)
Comisión vs nómina bien separadas	✗ no (todo al plato)	✓ sí (comisión al canal, nómina al equilibrio)
Canal propio operando	✗ no (0%)	✓ sí (22% al 4-6%)
Mezcla de canales revisada al mes	✗ no (nunca)	✓ sí (KPI de junta)
Margen neto por pedido de \$25	✗ -\$1.80	✓ \$4.10

Llévalo a tu restaurante: Programa 0.1: intervención estratégica para restaurantes →

Casilla 1: tengo la comisión efectiva por plataforma en un número

El número manda sobre el contrato firmado: esta casilla cierra solo con una cifra calculada, nunca con la comisión firmada en el papel. La prueba es tomar los últimos 90 días por plataforma, sumar comisión pagada, empaque por pedido y reembolsos de pedidos incompletos, y dividir ese total entre la venta bruta del canal.

Las plataformas cobran de 15% a 30% —en un pedido de \$25 al 25% son \$6.25— pero suma \$1.10 de empaque y un 4% de reembolsos, y el canal termina llevándose \$8.35: un 33% real. Si crees pagar 25% sin tenerlo documentado por app, la casilla queda vacía. En Masterrestaurant nadie avanza sin este dato, porque costear sobre el 25% del contrato deja 11 puntos sin cubrir.

Lo que no está en un número no está medido: está supuesto, y eso cuesta entre \$1.80 y \$2.50 de caja por pedido.

Casilla 2: mi precio de app está ajustado por canal, no copiado del salón

Un reprecio de 15% a 22% en los platos que lo resisten cierra esta casilla, jamás la intención de 'tenerlo controlado'. El margen es la prueba: un plato con 30% de food cost deja 70% en salón, pero en app, con 33% de comisión, apenas queda 37% antes de nómina, así que el precio del app tiene que subir para sostener un margen parecido.

Hace falta el análisis de rentabilidad por plato que respalde cada reprecio, para no subir a ciegas lo sensible al precio. Ahí la IA de pricing por canal decide qué plato aguanta un +24%. Bien marcada, esta casilla mueve el margen de -\$1.80 a \$4.10 por pedido de \$25.

El fallo más frecuente va justo al revés: dejar la casilla sin marcar por miedo a subir precios, y regalarle a la plataforma \$5.90 de swing en cada pedido.

Casilla 3: tengo un P&L del delivery separado del salón

Pocas casillas se marcan tan mal como esta, y es quizás la más reveladora de las ocho. Cierra solo con un estado de resultados del canal delivery separado del salón: venta bruta, comisión efectiva total, empaque, food cost específico, margen de contribución por pedido y punto de equilibrio en pedidos. Sin ese documento, la casilla sigue vacía aunque el delivery 'se sienta' bien.

Cuando el canal vive escondido dentro del P&L del salón, un delivery que pierde 7 puntos de margen desaparece del radar mientras la caja total sigue subiendo con el volumen del app. Con 3.000 pedidos y \$4.10 de margen de contribución, el canal aporta \$12.300 al mes a los costos fijos. Ese número cierra la casilla. La sensación, no.

Casilla 4: separo la comisión de la nómina en el costeo

Respetar la regla de costeo dura, con las capas bien separadas, es lo único que marca esta casilla. La comisión se resta en el costeo del canal delivery por ser costo variable directo. El food cost máximo son 32 puntos —nunca recomendado— y mide solo insumos. Nómina, renta y servicios no se cargan al plato ni al pedido: van al punto de equilibrio, calculado aparte.

Si comisión y nómina terminan en la misma hoja de costeo, la casilla queda vacía: ese costeo está mal y termina en precios de app equivocados o en un salón que subsidia el canal sin verlo. Confundir estas capas es la raíz de la mitad de los errores de delivery que corrijo. En Masterrestaurant separamos siempre: food cost a insumos, comisión al canal, nómina y renta al equilibrio. La prueba es una hoja de costeo sin nada revuelto.

Casilla 5: tengo un canal propio operando al 4-6%

Ni la web ni las ganas de tenerla marcan esta casilla: hace falta una pasarela al 4-6% operando de verdad, con el canal directo migrando volumen real desde el app. Frente al 25% de las plataformas, un canal propio al 4-6% recupera casi 20 puntos de comisión por cada pedido migrado.

No se trata de abandonar las apps, que traen un alcance que el canal propio no consigue solo, sino de convertir al cliente recurrente en cliente directo con un incentivo simple: 10% de descuento en su segundo pedido. Incluso regalando ese 10%, se sale ganando frente al 25% del app. La casilla cierra cuando el directo supera el 15-22% del delivery, medido mes a mes. La prueba es el volumen migrado, no la existencia del canal.

Casilla 6: reviso la mezcla de canales cada mes como KPI de junta

Esta casilla premia el hábito, no el ajuste de una sola vez: se marca cuando la mezcla de canales se revisa cada mes con la formalidad de un KPI de junta. Qué porcentaje va por la app cara al 25% y cuál por el canal propio al 5%, con el margen de cada pedido y su evolución en el tiempo: eso exige la casilla, no una mirada ocasional.

Montar el canal propio y dejarlo estancado en 8% porque nadie lo revisa es el fallo que reaparece en cada auditoría nueva. Hace falta un responsable, una cadencia mensual y un número objetivo. La meta de Masteres- taurant es empujar el directo de 0% a 22% en dos trimestres y sostenerlo ahí. Sin esta casilla marcada, todo lo anterior se degrada solo. La prueba es el acta mensual con la cifra de mezcla.

Casilla 7: uso IA para pricing dinámico por canal

De rentable a optimizado: eso logra esta casilla, y solo se marca al aplicar pricing dinámico por canal con inteligencia artificial real, no con la promesa de hacerlo pronto. La IA cruza demanda por hora, comisión por plataforma y elasticidad por plato para decidir qué precios subir sin espantar pedidos. No es subir todo un 18% a ciegas: es identificar el plato que resiste un 24% y dejar quieto el que es sensible al precio.

Con pricing por canal, subir el ticket medio del app perdiendo pocos pedidos es un intercambio que casi siempre deja caja neta positiva. Esta casilla no es obligatoria para arrancar —primero van medición y costeo—, pero exprime el canal una vez cerradas esas dos. Su prueba es un ticket de app medido antes y después, con la variación de pedidos documentada.

Casilla 8: menos de 6 casillas marcadas con prueba es alarma roja

Cuenta, no sientas: esa es la orden detrás de esta octava y última casilla, que suma cuántas de las siete anteriores quedaron marcadas con prueba real. Menos de 6 de 8 con evidencia significa que el delivery casi seguro pierde entre \$1.80 y \$2.50 por pedido, escondido dentro del P&L del salón. Comisión, reprecio, P&L separado y capas de costo —casillas 1 a 4— son el mínimo para dejar de perder caja.

De la 5 a la 8, llevan el canal de rentable a optimizado. Masteres- taurant aplica este checklist en la primera semana con cada grupo y lo repite cada trimestre, porque la mezcla se degrada sola si nadie la empuja. Sin criterio de HECHO no hay nada hecho, solo supuesto. La acción de esta semana es simple: imprime las 8 casillas y marca solo lo que puedas probar con un número.

Las 6 diferencias entre un checklist marcado 'a ojo' y uno con prueba

La casilla de comisión no premia el 'creo que es 25%': premia el 34% documentado sobre 90 días, plataforma por plataforma, el número contra la intuición. Para el precio de app no basta decir 'lo tengo controlado'. Hace falta un reprecio de +18% sostenido plato por plato, con el margen como evidencia y no como promesa.

El P&L exige documento, no ánimo. 'El delivery va bien' pierde siempre frente al estado de resultados del canal, con su propio punto de equilibrio separado del salón. Dos capas mezcladas —comisión y nómina en un mismo costeo— pierden siempre frente a comisión al canal y nómina al equilibrio, con el food cost sostenido bajo 32%.

El canal propio no vale como intención, 'algún día lo monto' no cuenta: vale operando al 5% y pesando ya 22% del delivery total, hecho que se verifica con un número. Y la cadencia no se improvisa. 'Lo reviso cuando me acuerdo' pierde siempre contra la mezcla de canales revisada en junta, mes a mes, con un responsable asignado.

PUNTO POR PUNTO

Casilla a ojo vs casilla con prueba: 5 puntos del checklist

¿COMISIÓN EFECTIVA MEDIDA?

A · DELIVERY SIN AUDITAR (CASILLAS SIN MARCAR)

'asumo 25%', sin cálculo sobre pedidos reales

B · MASTERESTAURANT '34%

documentado sobre 90 días por plataforma'

Veredicto: Solo el número calculado marca la casilla

¿PRECIO DE APP AJUSTADO?

A · DELIVERY SIN AUDITAR (CASILLAS SIN MARCAR)

'igual al salón, no quiero perder clientes'

B · MASTERESTAURANT '+18% en platos

que resisten, margen \$4.10'

Veredicto: La prueba es el margen positivo por pedido

¿P&L DEL DELIVERY SEPARADO?

A · DELIVERY SIN AUDITAR (CASILLAS SIN MARCAR)

'está dentro del P&L del salón'

B · MASTERESTAURANT 'estado de

resultados del canal con equilibrio'

Veredicto: El documento separado da la casilla por hecha

¿CAPAS DE COSTO SEPARADAS?

A · DELIVERY SIN AUDITAR (CASILLAS SIN MARCAR)

'comisión y nómina en el mismo costeo'

B · MASTERRESTAURANT 'comisión al canal, nómina al equilibrio, FC $\leq 32\%$ '

Veredicto: Separar capas es requisito de rentabilidad

¿CANAL PROPIO OPERANDO?

A · DELIVERY SIN AUDITAR (CASILLAS SIN MARCAR)

'lo pienso montar algún día'

B · MASTERRESTAURANT 'opera al 5% y pesa 22% del delivery'

Veredicto: Solo cuenta si ya migra volumen medido

COMPARACIÓN LADO A LADO

Sin auditar: 5 señales de alarma **PIERDE \$1.80/PEDIDO**

- ✗ No tienes la comisión efectiva por plataforma en un número: asumes el 25% del contrato e ignoras los 11 puntos de empaque, reembolsos e IVA.
- ✗ El precio de app es igual al del salón: no hay prueba de un reprecio por canal, así que el pedido de \$25 pierde \$1.80.
- ✗ El delivery se mide dentro del P&L del salón: no existe un estado de resultados del canal ni su punto de equilibrio propio.
- ✗ Mezclas la comisión con la nómina en el mismo costeo: no puedes demostrar que respetas el food cost máximo del 32% ni el equilibrio aparte.
- ✗ No hay canal propio operando: el 100% de los pedidos digitales paga 25% y no existe una casilla de migración marcada.

Auditado: 5 pruebas de 'hecho'

MASTERRESTAURANT

- ✓ Comisión efectiva calculada sobre 90 días y documentada por plataforma (32-38%): la casilla se marca con el número, no con la intención.
- ✓ Precio de app +18% en los platos que resisten, con el análisis de rentabilidad por plato que justifica cada reprecio.
- ✓ P&L del delivery separado con su margen de contribución y su punto de equilibrio en pedidos: casilla marcada con el documento.
- ✓ Comisión restada en el costeo del canal y nómina/renta al equilibrio: prueba de que las dos capas están separadas y el food cost $\leq 32\%$.
- ✓ Canal propio con pasarela al 4-6% operando y midiendo su peso: casilla marcada cuando el directo supera el 15% del delivery.

LAS CIFRAS QUE IMPORTAN

Los números del checklist de rentabilidad de delivery 2026

49

MMUSD

ingresos del segmento de meal
delivery en Europa durante 2024

76%

de los operadores en EE. UU. cree que la tecnología
les da una ventaja competitiva frente a la competencia

70%

de los restaurantes aliados en DiDi Food
México son MIPYMES locales, sobre
cerca de 74.000 restaurantes en la app

48%

Operadores que priorizan
tecnología de punto de venta

20

-35 USD

Ticket promedio de pedido de delivery EE. UU.

34.2%

Nómina de operadores rentables vs. promedio

VISUALIZACIÓN

Las cifras, visualizadas

ingresos del segmento de meal delivery en Europa durante 2024



de los operadores en EE. UU. cree que la tecnología les da una ventaja competitiva frente a la competen...



de los restaurantes aliados en DiDi Food México son MIPYMES locales, sobre cerca de 74.000 restaurantes...



Operadores que priorizan tecnología de punto de venta



Ticket promedio de pedido de delivery EE. UU.



Nómina de operadores rentables vs. promedio



Fuentes: Statista, 2024 · National Restaurant Association — Restaurant Technology Landscape Report 2024 · DiDi Food, 2024 · National Restaurant Association 2024 · Lightspeed 2025

Gráfico creado por masterrestaurant.com

CASO ILUSTRATIVO (COMPUESTO)

“Cuando Masterrestaurant me pasó el checklist, marqué a la ligera 7 de 8 casillas: 'sí, controlo la comisión; sí, mis precios están bien'. Entonces me pidieron la prueba de cada una y ahí se cayó el castillo. No tenía la comisión efectiva en un número: creía 26%, era 36% real con empaque y reembolsos en un ticket de \$23. El precio de app era igual al salón. No existía P&L del canal.

De 7 marcadas 'a ojo' pasé a 2 con prueba. En 5 meses cerramos las 8: reprecio por canal, P&L separado y WhatsApp con pasarela al 5%. El margen por pedido pasó de -\$1.90 a \$3.80 y el canal propio llegó al 22% del delivery. Lo que cambió no fue trabajar más, fue dejar de marcar casillas por sensación. Recuperé cerca de \$11.000 al mes que se iban invisibles.”

— Dueño, dark kitchen de 3 marcas, Ciudad de México (caso documentado por Masterrestaurant, 2025-2026)

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

Cómo usar este checklist de rentabilidad de delivery en 4 pasos



Paso 1: Imprime el checklist y exige prueba en cada casilla

El primer paso es imprimir las 8 casillas y prohibirte marcar cualquiera sin su prueba documentada. Una casilla marcada 'a ojo' es peor que una sin marcar, porque te da falsa tranquilidad. La casilla uno, comisión efectiva, solo se marca con un número calculado sobre 90 días por plataforma: comisión pagada más empaque más reembolsos, dividido entre venta bruta del canal. Si crees pagar 25% pero no lo tienes en un número, esa casilla va sin marcar. Masterrestaurant aplica este checklist en la primera semana con cada grupo, y la sorpresa es constante: dueños que 'creían' tener el delivery bajo control descubren que solo 2 de 8 casillas tienen prueba real. En un pedido de \$25 al 25%, la comisión son \$6.25, pero sin la casilla uno marcada con dato no sabes si el costo real es 33% o 38%, y esa diferencia decide tu margen.



Paso 2: Marca las casillas de costeo por canal con el food cost correcto

El segundo bloque de casillas verifica el costeo por canal. La casilla de precio de app solo se marca cuando tienes un reprecio del 15-22% en los platos que resisten, justificado con el análisis de rentabilidad por plato. La casilla de capas de costo verifica que la comisión se reste en el costeo del canal delivery y que la nómina y la renta vayan al punto de equilibrio, no al plato. Aquí se respeta la regla dura: el food cost máximo es 32% —nunca recomendado— y mide solo insumos. Si mezclas comisión con nómina en el mismo costeo, esa casilla va sin marcar porque estás costeando mal. Un plato con food cost del 34% pierde dinero en app al 33% de comisión; la casilla de menú optimizado exige que esos platos estén fuera del app. Marcar bien este bloque suele mover el margen del canal de -\$1.80 a \$4.10 por pedido.



Paso 3: Verifica la casilla del P&L del delivery separado

La casilla más reveladora del checklist es la del P&L separado. Solo se marca cuando existe un estado de resultados del canal delivery aparte del salón: venta bruta, comisión efectiva total, empaque, food cost específico, margen de contribución por pedido y punto de equilibrio en número de pedidos. Sin ese documento, la casilla va vacía aunque 'sientas' que el delivery va bien. Cuando el canal vive escondido en el P&L del salón, un delivery que pierde 7 puntos de margen desaparece del radar. En la experiencia de Diego F. Parra, el delivery suele destruir margen precisamente cuando no se mide aislado del resto del negocio. La casilla se cierra calculando cuántos pedidos necesita el canal para cubrir la nómina, la renta y los riders que consume, contra el equilibrio mensual. Si tu delivery hace 3.000 pedidos con margen de contribución de \$4.10, aporta \$12.300 al mes a los fijos: ese número da por hecha la casilla.



Paso 4: Cierra las casillas de canal propio, mezcla e IA

El bloque final del checklist es de escalamiento. La casilla de canal propio solo se marca cuando una pasarela al 4-6% está operando y el canal directo supera el 15-22% del delivery: cada pedido migrado recupera casi 20 puntos frente al 25% de las apps. La casilla de mezcla de canales exige que revises cada mes, como KPI de junta, qué porcentaje va por app cara y qué porcentaje por canal propio, con el margen por pedido de cada uno. Las casillas de IA — pricing dinámico por canal y análisis de rentabilidad por plataforma— cierran la optimización: en la práctica, ajustar el precio por canal suele subir el ticket de app sin perder un número relevante de pedidos. Diego F. Parra insiste: revisa este checklist completo cada trimestre, porque la mezcla de canales se degrada si no la empujas. Marcar las 8 casillas con prueba es la diferencia entre un delivery que financia a la plataforma y uno que llena tu caja.

PREGUNTAS FRECUENTES

Preguntas frecuentes sobre el checklist de rentabilidad de delivery

¿Cómo sé si mi delivery es rentable de verdad o solo lo parece?

Lo sabe cuando cada punto del canal tiene una prueba en papel, no una sensación: la comisión efectiva calculada por plataforma con empaque y reembolsos incluidos, un precio de app distinto al del salón en los platos que lo aguantan y un estado de resultados del delivery separado, con su propio punto de equilibrio. Si la caja total sube pero el canal vive mezclado con el salón, la pérdida por pedido queda escondida bajo el volumen. Y la nómina, la renta y los servicios van al punto de equilibrio, nunca al costo del plato ni del pedido.

¿Cuántas casillas debo marcar para que mi delivery sea rentable?

Las 8 con prueba documentada; marcar menos de 6 indica que el delivery casi seguro pierde entre \$1.80 y \$2.50 por pedido. Las casillas 1 a 4 (comisión efectiva, reprecio por canal, P&L separado y capas de costo) son el mínimo para dejar de perder caja; las 5 a 8 llevan el canal de rentable a optimizado.

¿Qué prueba necesito para marcar la casilla de comisión efectiva?

Un número calculado sobre 90 días por plataforma: comisión pagada más empaque más reembolsos, dividido entre la venta bruta del canal. Si crees pagar 25% pero no lo tienes documentado, la casilla va sin marcar. El costo real suele ser 32-38%, no el 25% del contrato, y esa diferencia decide tu margen por pedido.

¿La casilla de food cost se marca si la comisión está incluida?

No. El food cost mide solo insumos y su máximo es 32% —nunca recomendado—. La comisión se resta aparte, en el costeo del canal delivery, porque es un costo variable directo del pedido. La casilla de capas de costo se marca solo cuando comisión, food cost, nómina y renta están en las capas correctas y separadas.

¿Cuándo puedo marcar la casilla de canal propio como hecha?

Cuando una pasarela al 4-6% está operando y el canal directo supera el 15-22% del delivery, midiendo su peso mes a mes. No cuenta 'tener la web': cuenta migrar volumen real del app al canal propio. En 6 meses de método Masterrestaurant esa casilla se cierra con el directo pesando 22% y recuperando \$9.000-\$13.000 al mes.

DATOS Y FUENTES

Datos 2026 de checklist rentabilidad delivery

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

Dato	Valor	Fuente
Cuota de DiDi Food entre los usuarios activos mensuales de apps de delivery en México, el mercado donde compiten los algoritmos de las apps de delivery (2024)	38 % de la cuota de MAU en México (2024)	Sensor Tower — Fragmented LatAm Food Delivery Market Evolves Amidst Uber's Exit (2024)
Cuota de PedidosYa entre los usuarios activos mensuales de apps de delivery en Argentina, contexto de concentración de las apps de delivery (2024)	61 % de la cuota de MAU en Argentina (2024)	Sensor Tower — Fragmented LatAm Food Delivery Market Evolves Amidst Uber's Exit (2024)
Cuota de Uber Eats entre los usuarios activos mensuales de apps de delivery en Latinoamérica tras su salida de Brasil, ejemplo de cómo cambia el mapa donde operan los algoritmos de las apps de delivery (2024)	7 % de la cuota de MAU en LatAm (2024), frente a 33 % en 2020	Sensor Tower — Fragmented LatAm Food Delivery Market Evolves Amidst Uber's Exit (2024)
Comisión máxima que cobran las apps de reparto a los restaurantes en México según CANIRAC, costo que pesa sobre el pedido que el algoritmo de las apps de delivery distribuye (2026)	entre 15 y 35 % del total de las ventas (2026)	El Universal San Luis — Comisiones de hasta el 35 por ciento en apps de reparto, el principal reto para restaurantes: CANIRAC (2026)

Dato	Valor	Fuente
Comisión típica por pedido de las plataformas de delivery a restaurantes de EE. UU., costo por pedido que el algoritmo de las apps de delivery reparte (2025)	15 a 30 % por pedido (2025)	Wharton Magazine — Are Food Delivery Apps Hurting Restaurants? (2025)
Acuerdo de la FTC con Grubhub por ocultar el costo real del servicio de delivery, antecedente regulatorio de la transparencia de las apps de delivery en EE. UU. (diciembre de 2024)	25 millones de USD (diciembre de 2024)	Arnall Golden Gregory LLP — What's Really on the Menu? FTC Examines Fee Transparency in Online Food Delivery (2026)

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

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

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