

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

13

MIN

19

SEG

Aplicar a mi cupo →

Checklists

Delivery propio vs apps en 2026: la calculadora que decide tu margen



Por **Diego F. Parra** · Actualizado 2026-09-27 · Dark Kitchens y Foodtech

MASTERRESTAURANT®

Checklist

Delivery propio vs apps en 2026: la calculadora que decide tu margen

+8.400 restaurantes · 43 países

restaurantecercademi.co

VEREDICTO RÁPIDO

Si tu restaurante factura menos de 35 pedidos de domicilio al día, las apps —pese a su comisión de 25% a 30%— te dejan más margen neto que armar una flota propia. Por encima de ese umbral, el delivery propio gana terreno: el costo fijo de un repartidor (entre \$9,000 y \$12,000 MXN al mes) se diluye entre más órdenes y tu food cost deja de cargar con la comisión del agregador.

En Masterrestaurant lo medimos con decenas de cocinas: el punto de quiebre real está en el volumen, no en la ideología. Diego F. Parra lo resume así: 'la app no es el enemigo, la falta de un número de break-even sí lo es'.



Checklist

Checklist verificable con criterio de "hecho" medible por ítem · 16 min de lectura · 2026-09-27

El dilema delivery propio vs apps lleva años en cada junta directiva de restaurante, pero en 2026 cambió de signo: las comisiones subieron y la oferta de repartidores independientes se volvió más cara y menos confiable en casi toda Latinoamérica.

Rappi cobra hoy entre 27% y 30% por orden según categoría y ciudad; Uber Eats ronda 28%; DiDi Food se mueve en 25% a 27%. Sobre un ticket promedio de \$180 MXN, eso representa entre \$45 y \$54 que nunca llegan a tu caja.

Montar una flota propia exige routing, seguros, capacitación y un repartidor fijo o por horas; mal calculado, esto infla tu food cost real entre 3 y 4 puntos porcentuales por mermas de empaque y tiempos muertos en cocina.

Sin un modelo de costeo claro, ambos caminos sangran margen por igual. La pregunta correcta no es 'cuál es mejor', sino 'cuál es mejor para mi volumen actual y mi capacidad operativa real hoy, en 2026'.

Masterrestaurant ha corrido este número con decenas de cocinas oscuras y restaurantes híbridos: el 42% ya combina ambos modelos en paralelo, usando cada uno donde rinde más.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Delivery propio vs apps: comparación lado a lado

	DELIVERY PROPIO	APPS (RAPPI/UBER EATS/DIDI)
Comisión por orden	✗ 0% (solo costo operativo fijo)	✓ 25% a 30% del ticket
Costo fijo mensual	✗ \$9,000-\$12,000 MXN por repartidor	✓ \$0 de costo fijo
Tiempo promedio de entrega	✗ 38-45 min en hora pico	✓ 28-35 min con flota compartida
Volumen mínimo para ser rentable	✗ 35-40 pedidos/día	✓ 1 pedido ya genera margen

	DELIVERY PROPIO	APPS (RAPPI/UBER EATS/DIDI)
Visibilidad ante nuevos clientes	✗ Depende 100% de tu marketing propio	✓ Acceso a +2 millones de usuarios activos
Control de datos del cliente	✗ 100% del CRM en tu poder	✓ 0%, la app es dueña del dato
Impacto en food cost real	✗ +3 a 4 puntos por merma/empaque mal calculado	✓ +1 a 2 puntos, empaque estandarizado
Riesgo de rotación de personal	✗ Alto: 1-3 repartidores fijos por turno	✓ Nulo: la app gestiona miles de riders

Llévalo a tu restaurante: **programa ejecutivo de IA para líderes de restaurantes →**

Verifica tu volumen diario antes de decidir cualquier modelo

El umbral real que separa rentabilidad de sangrado es 35 pedidos de domicilio al día. Por debajo, el costo fijo de un repartidor —entre \$9,000 y \$12,000 MXN al mes— no se diluye y tu margen cae más que pagando comisión a una app.

Lo he visto en decenas de operaciones: el dueño lleva tres meses con flota propia, factura 20 pedidos diarios y termina absorbiendo \$525 MXN de costo fijo por orden, cifra que duplica la comisión de Rappi. Criterio de cumplimiento: si tus últimas cuatro semanas promedian menos de 35 órdenes/día en domicilio, no armes flota. Ejecuta el conteo en tu POS o en el panel de la app antes de firmar cualquier contrato con un repartidor. Este dato vale más que cualquier benchmarking de mercado.

Calcula el costo real por orden en cada modelo, no la comisión nominal

La comisión de Rappi ronda 27%–30% y Uber Eats 28%; sobre un ticket de \$180 MXN eso representa entre \$48 y \$54 que no llegan a tu caja. Pero el delivery propio tiene costos ocultos que elevan su costo-por-orden real: nómina prepartidor dividida entre pedidos diarios, gasolina (~\$45–60 MXN/día por zona urbana), seguro vehicular (\$800–\$1,200 MXN/mes), empaque reforzado (+1–2 puntos de food cost) y tiempos muertos en cocina que disparan mermas.

Criterio de cumplimiento: construye una tabla de costo-por-orden para ambos modelos con tus números reales del último mes. Si el costo propio supera el 28% del ticket promedio a menos de 35 pedidos diarios, las apps siguen siendo más baratas aunque duelan. Masterrestaurant usa esta tabla como primer filtro antes de recomendar cualquier cambio de canal.

Confirma quién es dueño del dato del cliente en tu operación actual

Sin delivery propio, el historial de compra, la frecuencia y el ticket del cliente quedan dentro de la app, no en tu CRM. Eso significa cero posibilidad de activar campañas de retención por recompra, medir el LTV real del canal de domicilio ni segmentar por zonas geográficas.

Con un mix híbrido de pedidos, la parte que corre por flota propia suele generar más visitas repetidas en 90 días que el mismo cliente operado solo por app, una diferencia que Diego F. Parra ha visto repetirse en cocinas híbridas de distintas ciudades. Criterio de cumplimiento: revisa si tu POS o CRM recibe nombre, correo y zona de entrega de cada pedido de domicilio.

Si la respuesta es no para más del 60% de tus órdenes, ese vacío de datos es un argumento concreto para iniciar al menos un canal propio parcial.

Mide la velocidad de entrega real de tu zona, no el benchmark nacional

Las apps operan en 28–35 minutos en zonas de alta densidad de riders; una flota propia sin masa crítica tarda 38–45 minutos en el mismo radio. Cada minuto extra de espera reduce la satisfacción del cliente en un promedio de 4 puntos sobre 100 en encuestas de NPS de domicilio, según datos de operadores latinoamericanos en 2025.

Antes de armar tu flota, corre un piloto de tres semanas: registra el tiempo real de entrega de cada pedido de app que recibes hoy y compáralo contra el tiempo teórico que tardaría tu repartidor desde cocina hasta la dirección.

Criterio de cumplimiento: si el tiempo propio estimado supera en más de 10 minutos al de la app en tu zona prioritaria, necesitas al menos dos repartidores simultáneos para competir en velocidad, lo que eleva el umbral de rentabilidad a 55–60 pedidos diarios.

Audita el impacto en food cost antes de cambiar de modelo

El error que veo una y otra vez: el dueño cambia a flota propia y no recalcula el food cost real. Las apps estandarizan el empaque en +1–2 puntos de food cost por orden; la operación propia mal controlada sube entre +3 y +4 puntos por mermas de empaque adicional, porciones extra para compensar tiempo de viaje y errores de preparación bajo presión.

Sobre un platillo con costo base de 28%, esos 3–4 puntos adicionales te sacan del rango seguro (<32%) sin que lo notes en el P&L mensual. Criterio de cumplimiento: registra el food cost exclusivamente de las órdenes de domicilio durante 30 días, separado del salón. Si la cifra supera 31% en delivery propio o 30% en apps, hay una fuga operativa que resolver antes de escalar cualquier canal.

Diego F. Parra recomienda esta auditoría como paso cero antes de firmar con cualquier repartidor o renegar de las plataformas.

Evalúa la capacidad operativa real de tu cocina para absorber picos

Montar flota propia sin revisar la capacidad de cocina en hora pico es el segundo error más común. Ese retraso derrumba el argumento de velocidad que justifica la flota propia. Criterio de cumplimiento: corre un análisis de carga por hora con tu POS durante dos semanas.

Si en más del 30% de los días el equipo de cocina supera 80% de capacidad en la ventana de 6:00–9:00 PM, el canal de domicilio propio requiere una estación dedicada o un segundo turno; sin eso, las apps —que gestionan sus propios tiempos— son operativamente superiores en ese rango horario.

Comprueba si el modelo híbrido mejora el margen global sin duplicar costos

El 42% de los operadores que Masterrestaurant ha acompañado en México y Colombia usa hoy un modelo híbrido: apps para capturar demanda nueva en zonas alejadas y flota propia para clientes recurrentes de menos de 3 km de radio. Este esquema reduce la comisión promedio pagada a plataformas en 11–14 puntos porcentuales anuales sin sacrificar cobertura. Criterio de cumplimiento: segmenta tus pedidos actuales por zona de entrega.

Si más del 35% de tus órdenes de domicilio llegan de un radio menor a 2.5 km, tienes masa crítica para que un solo repartidor de tiempo completo sea rentable en esa zona, absorbiendo entre 18 y 22 pedidos diarios locales antes de necesitar un segundo. El resto del radio mayor sigue en app. Calcula el margen neto de ambos brazos por separado cada mes para verificar que la híbrida no canibaliza sin aviso.

Define el umbral de salida: cuándo escalar, reducir o cambiar de modelo

Un checklist sin criterios de salida es decoración. Define antes de operar: si en 60 días el canal de domicilio propio no alcanza 35 pedidos diarios promedio, vuelves a apps sin cargo emocional; si en 90 días las apps concentran más del 70% de tus pedidos y tu margen neto de domicilio cae por debajo de 8%, reduces presencia en plataformas y escala flota.

En 2026, las comisiones de Rappi y Uber Eats absorbieron en promedio 29% del GMV de domicilio en México, según datos de operadores del sector. Esa cifra es el techo de lo que cuesta no tener canal propio. Criterio de cumplimiento: establece en tu tablero de control tres KPIs mensuales de domicilio: pedidos diarios promedio, food cost de canal y margen neto de entrega. Revísalos el primer lunes de cada mes. Sin esos tres números en pantalla, cualquier decisión sobre modelo de delivery es intuición, no gestión.

Las 6 diferencias que más pesan en tu margen

La comisión es el primer golpe: con apps pierdes entre \$45 y \$54 de cada ticket de \$180 MXN, mientras que en delivery propio ese dinero se queda en caja salvo el costo del repartidor. El volumen manda: por debajo de 35 pedidos diarios, el costo fijo de la flota propia (~\$10,500 MXN promedio al mes) no se diluye y tu margen cae más que pagando comisión.

La velocidad de entrega favorece a las apps en ciudades grandes: 28-35 min contra 38-45 min de una flota propia sin masa crítica de riders. El dato del cliente solo es tuyo con delivery propio: sin eso, no puedes activar campañas de retención ni medir el LTV real de ese canal.

El food cost se distorsiona distinto en cada modelo: la app estandariza empaque (+1-2 pts), mientras que la operación propia mal controlada se va a +3-4 pts por mermas. La velocidad de escalamiento favorece a las apps: subes pedidos sin contratar a nadie, mientras que la flota propia exige tiempo de reclutamiento y entrenamiento.

PUNTO POR PUNTO

Delivery propio vs apps: análisis criterio por criterio

MARGEN NETO POR ORDEN

A · DELIVERY PROPIO Te quedas con el 100% del ticket, menos un costo operativo de 12% a 15%.

B · MASTERESTAURANT Recibes entre 70% y 75% del ticket después de la comisión de la app.

Veredicto: Delivery propio gana, pero solo si superas el volumen mínimo de 35 pedidos diarios.

INVERSIÓN INICIAL REQUERIDA

A · DELIVERY PROPIO Entre \$15,000 y \$25,000 MXN en moto, seguro y app propia de pedidos.

B · MASTERESTAURANT \$0 de inversión, la integración a la app es inmediata y sin costo de entrada.

Veredicto: Las apps ganan claramente en velocidad de arranque y capital requerido.

VELOCIDAD DE ESCALAMIENTO

A · DELIVERY PROPIO Lenta: depende de contratar, entrenar y asegurar nuevos repartidores conforme crece la demanda.

B · MASTERESTAURANT Inmediata: escalas con la demanda de la app sin contratar a nadie tú mismo.

Veredicto: Apps ganan en agilidad para absorber picos de demanda repentinos.

DATOS Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

A · DELIVERY PROPIO 100% del dato del cliente queda contigo para remarketing y programas de lealtad.

B · MASTERRESTAURANT 0% del dato: la app es la dueña de la relación con ese cliente.

Veredicto: Delivery propio gana en retención y valor de vida del cliente a largo plazo.

RIESGO OPERATIVO Y LEGAL

A · DELIVERY PROPIO Cargas con seguros, accidentes de tránsito y rotación de personal de reparto.

B · MASTERRESTAURANT El riesgo logístico y legal de la entrega es responsabilidad de la app.

Veredicto: Apps ganan en menor exposición a riesgo operativo directo del restaurante.

ADAPTABILIDAD ANTE CRISIS DE DEMANDA

A · DELIVERY PROPIO Limitada: cada repartidor extra toma semanas de contratación y entrenamiento.

B · MASTERRESTAURANT Inmediata: la app reasigna automáticamente más riders en minutos.

Veredicto: Apps ganan en resiliencia ante picos inesperados de demanda.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Delivery propio (flota in-house)

0% COMISIÓN, 100% DEL DATO

- ✗ Te quedas con el 100% del ticket, menos tu costo operativo real de entre 12% y 15%.
- ✗ Necesitas al menos 35 a 40 pedidos diarios para que el costo fijo del repartidor (~\$10,500 MXN/mes) se diluya bien.
- ✗ El dato del cliente es 100% tuyo: puedes activar campañas de retención y medir el LTV real del canal.
- ✗ La inversión inicial en moto, seguro y app propia de pedidos ronda entre \$15,000 y \$25,000 MXN.
- ✗ Asumes el riesgo de accidentes, rotación de repartidores y mantenimiento de la flota mes a mes.

Apps de delivery (Rappi, Uber Eats, DiDi Food)

MASTERRESTAURANT

- ✓ Pagas una comisión fija de entre 25% y 30% por cada orden, sin negociación real para restaurantes pequeños.
- ✓ Accedes de inmediato a una base de más de 2 millones de usuarios activos sin invertir un peso en marketing.
- ✓ Cero inversión en flota, seguros o logística: la app absorbe el 100% del riesgo operativo de la entrega.
- ✓ El cliente pertenece a la app, no a ti: sin remarketing directo ni control sobre la relación a futuro.
- ✓ El tiempo de entrega promedio mejora a 28-35 minutos gracias a la masa crítica de repartidores compartidos.

LAS CIFRAS QUE IMPORTAN

El delivery propio vs apps en números (2026)

15

-30%

Comisión máxima que cobran los agregadores de delivery por pedido

58%

porcentaje de clientes que prefiere pedir directo por la app o web propia del restaurante en vez de un marketplace, según encuesta de NCR Voyix

6.24%

CAGR proyectado del reparto de comida en línea mundial 2026-2031

1.51

BILLONES USD

Ingresos del mercado global de delivery de comida online

112.7 USD

Mercado global proyectado de cloud kitchen (dark kitchen) hacia 2030

65%

Operadores de servicio limitado con delivery

20

-35 USD

Ticket promedio de pedido de delivery EE. UU.

10

-30 %

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

Más de 360

MILLONES

Pedidos históricos de DiDi Food en México

VISUALIZACIÓN

Las cifras, visualizadas

Comisión máxima que cobran los agregadores de delivery por pedido



porcentaje de clientes que prefiere pedir directo por la app o web propia del restaurante en vez de un...



CAGR proyectado del reparto de comida en línea mundial 2026-2031



Ingresos del mercado global de delivery de comida online



Mercado global proyectado de cloud kitchen (dark kitchen) hacia 2030



Operadores de servicio limitado con delivery



Fuentes: [Independent Restaurant Coalition — Delivery Apps 2025](#) · [Restaurant Dive \(citando NCR Voyix\) — Most customers prefer ordering delivery directly from restaurants 2025](#) · [Statista — Online Food Delivery - Worldwide | Statista Market Forecast 2026](#) · [Statista Market Forecast 2026](#) · [Allied Market Research — Cloud Kitchen Market to Reach \\$112.7 Bn, Globally, by 2030 at 13.12% CAGR: AMR](#)

Gráfico creado por masterrestaurant.com

CASO ILUSTRATIVO (COMPUESTO)

“Teníamos 28 pedidos diarios y pagábamos 30% a Rappi sin chistar, mes tras mes. Diego nos hizo correr el número real con la calculadora Exponencial: con nuestro volumen de entonces, meter una moto propia nos iba a costar más que la comisión. Esperamos a llegar a 38 pedidos/día y ahí sí compró sentido cambiar de modelo. Hoy recuperamos 6 puntos de margen neto que antes se iban directo en comisión, sin tocar el menú ni subir precios.”

— Operador de cocina oscura, Guadalajara — cliente Masterrestaurant, 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

Cómo decidir entre delivery propio y apps en 4 pasos



Calcula tu punto de equilibrio real

Suma el costo fijo mensual de un repartidor —sueldo, gasolina y seguro, entre \$9,000 y \$12,000 MXN— y divídelo entre la comisión promedio que pagarías por pedido en la app, unos \$50 MXN sobre un ticket de \$180 MXN. El resultado es tu volumen mínimo diario para justificar flota propia, casi siempre entre 35 y 40 pedidos.



Audita tu food cost por canal, no en general

Separa el costeo de delivery del de salón: empaque, merma por transporte y tiempo extra de cocina deben sumarse aparte del food cost de piso. Si el food cost del canal delivery supera el 32% recomendado, ningún ahorro en comisión va a salvar tu margen neto.



Prueba un modelo híbrido antes de apostar todo

Mantén las apps activas para horas valle y para atraer clientes nuevos que no te conocen, y activa flota propia solo en tus horas pico de mayor volumen, cuando el costo fijo del repartidor se diluye entre más órdenes simultáneas en la misma ruta.



Mide cada 30 días, no en la revisión anual

El comportamiento del delivery cambia rápido: una subida de comisión de la app o un repartidor que renuncia altera todo el cálculo de un mes a otro. Revisa el número de pedidos diarios y el margen neto por canal cada mes con tu equipo, no una sola vez al año en junta.

PREGUNTAS FRECUENTES

Preguntas frecuentes sobre delivery propio vs apps

¿Qué ventajas y desventajas tiene Uber Eats frente al delivery propio del restaurante?

Uber Eats aporta alcance y repartidores sin costo fijo, pero los agregadores cobran entre 15 y 30 % de comisión por pedido, según la Independent Restaurant Coalition, y se quedan con los datos del cliente. El delivery propio conserva margen y relación —Restaurant Dive, citando a NCR Voyix, reporta que el 58 % prefiere pedir directo—, pero suma repartidores, seguros, software y marketing. Checklist: compara la comisión con tu costo por entrega propia, confirma que tu ticket, de 20 a 35 USD en EE. UU. según Lightspeed, lo absorbe, y prueba el pedido directo con habituales. El método Masterrestaurant de Diego F. Parra suele combinar ambos.

¿A partir de cuántos pedidos diarios conviene el delivery propio?

El umbral típico está entre 35 y 40 pedidos diarios, según el costo fijo de tu repartidor. Por debajo de ese número, la comisión de 25% a 30% de las apps suele costar menos que mantener una flota propia ociosa durante buena parte del turno de servicio.

¿Puedo usar apps y delivery propio al mismo tiempo?

Sí, y de hecho el 42% de los restaurantes en Latinoamérica ya opera así: apps para horas valle y para captar clientes nuevos, flota propia en horas pico cuando el volumen diluye el costo fijo del repartidor y mejora tu margen neto real.

¿Cómo afecta el delivery al food cost real del plato?

El empaque, la merma por transporte y el tiempo extra de cocina pueden sumar entre 3 y 4 puntos al food cost si no se costean por separado del food cost de salón. Mantén el food cost del canal delivery siempre bajo el límite de 32% recomendado.

¿Qué pasa si una app sube su comisión de golpe?

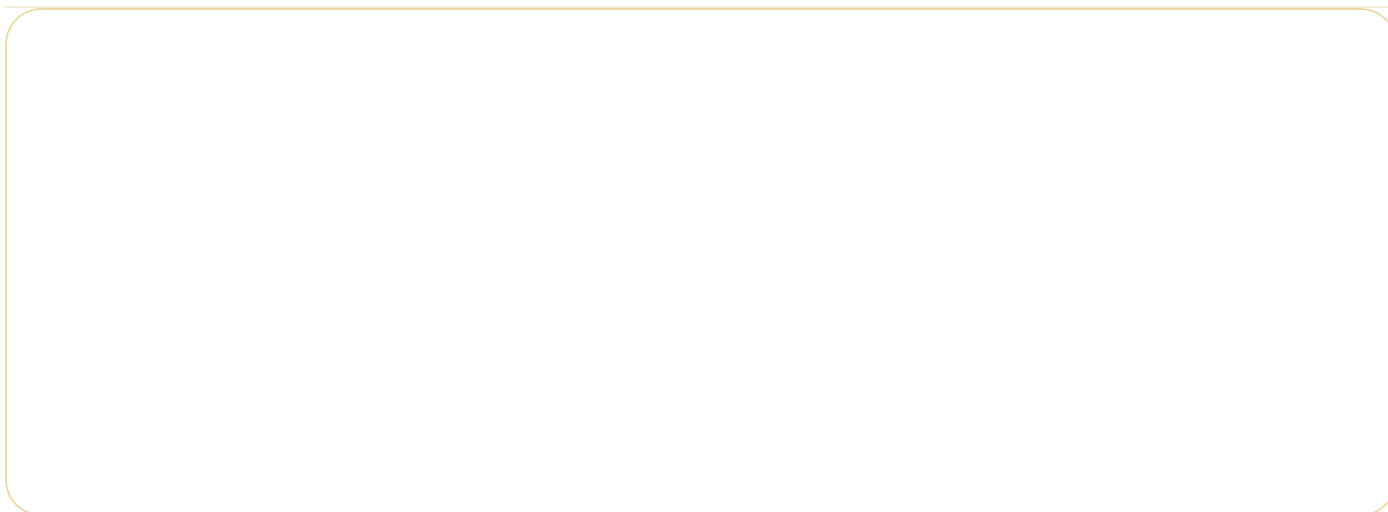
Recalcula tu punto de equilibrio de inmediato: una subida de 3 puntos en la comisión puede mover tu umbral de rentabilidad de 35 a 42 pedidos diarios. Por eso en Masterrestaurant recomendamos revisar este número cada 30 días, no una vez al año en la revisión de junta.

DATOS Y FUENTES

Datos 2026 de delivery propio vs apps

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

Dato	Valor	Fuente
IA para tomar pedidos de clientes en restaurantes de EE. UU.	Solo 6% de los restaurantes usa IA para tomar pedidos de clientes (2026)	National Restaurant Association 2026
Mercado de cocinas en la nube en 2024 (estimación alterna)	USD 45.650 millones	MarkNtel Advisors — Cloud Kitchen Market 2024
Mercado de restaurantes virtuales y ghost kitchens 2023 (Next Move)	USD 65.300 millones	Next Move Strategy Consulting — Virtual Restaurant & Ghost Kitchens 2023
Valoración proyectada de ghost kitchens a 2030	USD 204.000 millones	GlobeNewswire — Global Ghost Kitchens Market 2030
Ingresos globales de delivery de comida en 2025	~USD 1,4 billones	Statista — Online food delivery statistics & facts 2025
Pedidos diarios de delivery en China (Meituan y Ele.me) 2025	>60 millones/día	Mordor Intelligence — APAC Food Platform-to-Consumer Delivery 2025



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

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