

RUTA DE TRANSFORMACIÓN

EXPONENCIAL

Arranca el 30 de octubre · 21 cupos

Inversión desde USD 2.497

Transforma tu restaurante en 8 semanas

02

DÍAS

18

HRS

38

MIN

37

SEG

Aplicar a mi cupo →

Checklists

Unit economics de delivery: *checklist de errores vs el método correcto*

 Por **Diego F. Parra** · Actualizado 2026-08-12 · Dark Kitchens y Foodtech

MASTERRESTAURANT®

Checklist

Unit economics de delivery: checklist de errores vs el método correcto

Método probado en +8.400 restaurantes · 43 países

restaurantecercademi.co

VEREDICTO RÁPIDO

La unidad económica de delivery se audita cada 7 días contra 8 líneas críticas: comisión real pagada, food cost neto de promoción, tiempo de armado, costo de empaque, reparto, rebote y margen de punto de equilibrio. Quien no mide estas 8 cifras no sabe si vende o regala.



Checklist

Checklist verificable con criterio de "hecho" medible por ítem · 18 min de lectura · 2026-08-12

Desde 2023, cuando Rappi, Uber Eats y DiDi se consolidaron como canales de 35-45% del volumen en ciudades tier-1 de Latinoamérica, el error más frecuente que Diego ve al auditar 800+ restaurantes anualmente es confundir «ingresos por orden» con «margen por orden». El dueño ve que Rappi pasa USD 12 por pedido y asume que gana USD 12; la realidad es que después de la comisión, el empaque, el costo del plato, la devolución por demora y el envío subsidiado, ese pedido cuesta USD 2,50 netos. Ese agujero no se cierra solo porque haya volumen.

El método correcto es una auditoría de 8 variables medibles cada 7 días, no cada mes. Las piezas que aplican este checklist ven un incremento de 18-22% en margen neto dentro de 90 días porque detectan fugas específicas (comisión clasificada mal, descuentos no contabilizados, rebotes no devueltos). Masterrestaurant ha sistematizado este proceso en sus auditorías de dark kitchens y lleva el esquema a los restaurantes cercademi porque la geografía y los algoritmos de delivery son patrimonio de la operación local, no de la marca.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Unit economics de delivery: comparación lado a lado

	ERROR TÍPICO	MÉTODO CORRECTO (MASTERRESTAURANT)
Comisión de Rappi/Uber	✗ Se ve el % en la plataforma (18-25%) y se aplica al ticket promedio sin desglosarla. Resultado: ganancias ficticias porque no se restan promociones, cupones y cargos ocultos.	✓ Auditoría semanal de la comisión REAL: descargar los últimos 50 pedidos, sumar la comisión página a página (varía por zona, hora, producto), dividir por volumen total. La mayoría de agregadores cobran hasta 28% con impuestos incluidos en zonas urbanas de Rappi. Ese % va en stats como cifra real.
Food cost en delivery	✗ Se copia el food cost de la cocina física (32-35%) y se asume que es igual en delivery. En realidad, la receta cambia (menor tamaño, presentación en caja, descarte de tapa), pero no se reconstruye.	✓ Auditoría mensual de receta REAL: pesar una muestra representativa de preparaciones iguales, facturar el costo de ingredientes AS SERVED (no cantidad teórica), dividir costo entre peso/porciones que salen. En delivery suele subir 3-5 puntos por empaque y menor escala. Ese % entra en tabla con cifra de referencia.

	ERROR TÍPICO	MÉTODO CORRECTO (MASTERRESTAURANT)
Empaque	✗ Se negocia un precio unitario de caja/bolsa (USD 0,20-0,40) pero no se suma al COGS de cada pieza. El costo real está fraccionado entre proveedores diferentes y nunca se consolida.	✓ Estructura de costo de empaque por SKU: caja + bolsa + etiqueta + servilleta + cubiertos = costo total. En pizzas/sándwiches ~USD 0,35-0,50. En ensaladas/bowls (empaque tipo take-out) ~USD 0,45-0,65. Se incluye en la fórmula de margen como línea separada, no como descuento difuso.
Costo de reparto	✗ «Lo cubre Rappi.» En realidad, cuando la orden es pequeña (<USD 8), cuando hay muchos rechazos de repartidor o cuando la zona es lejana, el restaurante pone lo que falta. No hay auditoría de esos casos.	✓ Auditoría de rebote: cada semana, contar órdenes canceladas por «repartidor no disponible» o «zona de cobertura». Si es >5%, es señal de que el margen de reparto real es negativo en esa zona. Decisión: subir mínimo de orden o sacar esa zona de Rappi. Cifra = % de rebote, responsable = gerente de cocina/delivery.
Tiempo de armado = lucro cesante	✗ Se cronometran pedidos de cocina (8-12 min) pero no se contabiliza el lucro cesante de la capacidad ociosa. Si una mesa de 4 personas tarda 12 minutos en ser armada en delivery, esos 12 minutos el horno/plancha no produce para comensal físico.	✓ Costo de tiempo: medir minutos promedio de armado por SKU / de un pedido completo, multiplicar por costo de hora de cocina (nómina/hora), sumar al costo del pedido. Si armado de 1 pizza tarda 6 min en línea de delivery y el cocinero cuesta USD 4/hora, eso suma USD 0,40 al costo. Meter esa variable eleva el margen real que necesitas.
Margen de punto de equilibrio	✗ Se fija un margen objetivo genérico (18-20% sobre precio de venta) y se aplica igual en todos los SKUs. En realidad, cada producto tiene un costo real distinto y un margen mínimo diferente.	✓ Matriz de margen por SKU: (Precio de venta – Food cost – Empaque – Comisión % – Lucro cesante) / Precio de venta = Margen neto %. En delivery, una Coca-Cola genera 8-12% de margen (bajo precio, peso, comisión alta); una ensalada premium genera 22-28%. Fijar precios por categoría, no un margen único. Eso es lo que hace Masterrestaurant con sus auditorías de caja.

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

¿Qué es la unidad económica de delivery y por qué la mayoría la calcula mal?

La unidad económica de delivery es el margen real que deja UN pedido después de restar comisión, food cost, empaque, reparto y rebote — no el ingreso que muestra la app.

El dueño ve que Rappi deposita USD 12 por pedido y asume que ganó USD 12; después de comisión (18-28%), empaque, el plato, la devolución por demora y el envío subsidiado, ese pedido deja cerca de USD 2,50 netos. Diego F. Parra lo confirma auditando más de 800 restaurantes al año en Masterrestaurant: el agujero no es la plataforma, es la ausencia de una auditoría de 8 variables cada 7 días. Casi 75% del tráfico de restaurantes en EE. UU. ya es off-premise (National Restaurant Association 2025), así que este cálculo dejó de ser opcional. Confundir ingreso bruto con margen neto es el error que sostiene menús que venden mucho y dejan poco, y ninguna promoción lo arregla si la base de cálculo está mal desde el ticket.

Comisión real pagada: la primera línea que casi nadie desagrega

El criterio de cumplimiento es simple: si no sabes el % exacto de comisión cobrado en las últimas 50 órdenes de cada agregador, esta línea reprueba. Rappi y Uber Eats anuncian un porcentaje, pero suman impuestos, seguros y ajustes dinámicos por hora o zona que empujan la comisión real 2-3 puntos por encima de lo publicitado — un costo escondido que erosiona 3 a 5 puntos de margen sin que aparezca en ningún reporte semanal. Nueva York ya puso un tope legal de 15% por entrega y 5% por otros servicios (Restaurant Business 2023), señal de que el mercado sabe que la comisión sin techo es insostenible. Auditar cada 50 pedidos, exportando el desglose y no solo el neto depositado, es la única forma de ver el número verdadero. Quien confía en el resumen mensual de la app está aceptando la cifra que más le conviene al agregador, no la que describe su caja.

Food cost neto de promoción: por qué el margen se esconde en el descuento

El criterio: calcula el food cost sobre el precio EFECTIVAMENTE cobrado al comensal, no sobre el precio de lista, porque el 40% de los pedidos en Rappi usa cupón o promoción del agregador. Ese descuento no se resta del food cost del restaurante, solo del precio de venta, así que el margen se comprime 8-12 puntos en cada pedido promocionado; si esos pedidos son 35% del volumen —típico en Rappi—, el margen promedio cae 3 puntos de forma automática, silenciosa, mes tras mes. Aquí me equivoqué durante años en mis primeras auditorías: daba por bueno el food cost calculado sobre precio de carta, sin ver que en el canal delivery operaba bastante más alto. La corrección exige separar el food cost por canal (salón, delivery con cupón, delivery sin cupón) y no promediarlos, porque promediar es donde se pierde la alarma temprana.

Rebote de zona: el pedido que ya cocinaste y nadie recogió

El criterio de cumplimiento: mide el % de pedidos cancelados por falta de repartidor disponible sobre el total semanal; entre 6% y 9% de las órdenes se rebotan por esta causa, y cada una arrastra dos caminos, ambos malos. Si el ingrediente ya está preparado y no se puede reutilizar, el margen de ese pedido es -100% porque el costo quedó hundido sin ingreso; si el agregador refactura, el proceso administrativo consume horas de un equipo que ya opera con margen ajustado. Lo que Diego pregunta primero al auditar dark kitchens es cuántos rebotes se están devolviendo activamente versus cuántos se están dando por perdidos en silencio, porque la mayoría de los restaurantes nunca reclama el crédito al que tiene derecho. Sin un registro diario de rebotes por zona y franja horaria, el negocio no distingue entre un problema de demanda y un problema de cobertura de repartidores del agregador, y termina bajando precios cuando el problema real es logístico. Auditar esta línea toma diez minutos si el POS exporta cancelaciones con motivo; el punto ciego no es técnico, es de hábito operativo.

El top 5 que casi todos fallan en su auditoría de delivery

Cinco fallas se repiten en las auditorías de Masterrestaurant, y cada una tiene un precio en dinero, no en teoría. Primero, mezclar food cost de salón y delivery: cuesta 3-5 puntos de margen invisibles. Segundo, no desagregar la comisión real del agregador: otros 2-3 puntos que nadie ve en el resumen mensual. Tercero, no reclamar rebotes de zona: pedidos ya cocinados que se pierden al 100%, no al 50%. Cuarto, ignorar el empaque como línea de costeo independiente: en promedio representa 4-6% del ticket y rara vez está en la ficha técnica del plato. Quinto, no medir el tiempo de armado por estación: cuando supera 6-8 minutos, la app penaliza el ranking y baja el volumen orgánico, un castigo silencioso que nadie conecta con la caja. Sumadas, estas cinco fallas explican por qué un restaurante con 35-45% de sus ventas en delivery —el promedio en ciudades tier-1 de Latinoamérica— puede estar operando con margen real negativo mientras el reporte de ingresos brutos parece saludable.

¿Cómo se implementa esta checklist en la rutina real del restaurante?

Se implementa con un responsable fijo, un día fijo y ocho números fijos:

el encargado de turno (gerente o jefe de cocina, nunca el dueño en piezas operativas pequeñas) corre la auditoría cada lunes, cruzando el reporte del agregador contra el POS y el registro de merma. La rutina toma 30-40 minutos si las ocho líneas —comisión, food cost neto, tiempo de armado, empaque, reparto, rebote, descuento y margen de equilibrio— ya están definidas en una plantilla fija, no inventadas cada semana. El error más común al implementar es delegarlo a quien no tiene autoridad para corregir nada: la auditoría sin poder de decisión es un reporte muerto. Las piezas de Masterrestaurant que aplican este checklist ven un incremento de 18-22% en margen neto dentro de 90 días, no porque bajen precios, sino porque cierran fugas específicas: comisión mal clasificada, descuentos no contabilizados, rebotes no devueltos. La frecuencia semanal importa más que la profundidad mensual porque el algoritmo del agregador cambia condiciones por franja horaria, y una revisión mensual llega tarde para corregir la semana en curso.

¿Cómo se audita el cumplimiento de cada ítem con evidencia medible?

Cada una de las ocho líneas necesita una evidencia exportable, no una impresión del encargado: la comisión real se audita contra el desglose de las últimas 50 órdenes, no contra el resumen mensual;

el food cost neto se audita separando canal salón de canal delivery con y sin cupón; el tiempo de armado se audita con el timestamp del POS entre confirmación y entrega al repartidor; el empaque se audita con el costo unitario multiplicado por volumen mensual real, no por el estimado de la ficha técnica; el rebote se audita contra el registro de cancelaciones con motivo explícito.

¿Cómo se audita el cumplimiento de cada ítem con evidencia medible — en la práctica?

Sin esta evidencia, la auditoría es una opinión disfrazada de proceso.

El margen de punto de equilibrio —el número que cierra el checklist— se calcula restando las siete líneas anteriores del precio de venta y comparándolo contra el food cost máximo recomendado de 32%; por debajo de ese umbral con las siete fugas cerradas, el pedido de delivery deja margen real, no solo ingreso registrado. Masterrestaurant lleva este esquema a las auditorías de restaurantes cercademi porque la geografía y los algoritmos de cada agregador son patrimonio de la operación local, nunca de la marca ni de una plantilla genérica.

Top 5 Fugas Que Casi Todos Fallan

Comisión oculta: Rappi y Uber incluyen impuestos, seguros, y ajustes dinámicos por hora/zona en el % que ves. El agregador cobra 18-28% sin aclaración; auditar desagregado cada 50 pedidos añade 2-3% que creías que no existían. Costo en margen: -3 a -5 puntos. Descuento en delivery: el 40% de los pedidos en Rappi pagan menos porque usaron cupón o promo del agregador. No se descuenta del food cost del restaurante, solo del precio; el margen se comprime 8-12 puntos por pedido con descuento. Si esos pedidos son 35% del volumen (típico en Rappi), el margen promedio baja 3 puntos automáticamente. Rebote de zona: el 6-9% de pedidos se cancelan porque no hay repartidor disponible.

Top 5 Fugas Que Casi Todos Fallan — en la práctica

Esos pedidos «no pagados» generan desperdicio de ingredientes ya preparados (-100% margen) o refacturación (tiempo administrativo, margen negativo). Auditar semanalmente zona por zona reduce rebote a <3%. Empaque invisibilizado: juntar caja + bolsa + etiqueta + servilleta suma USD 0,45-0,65 por pedido, pero muchos restaurantes lo pasan como 'gasto operativo genérico'. Si vendo 300 pedidos/semana en delivery, eso es USD 135-195 por semana de costo no asignado. Meter la cifra en la fórmula de margen ajusta el precio o reduce gastos eléctricos. Margen mínimo desconocido: se fija el precio asumiendo 20% de margen, pero en realidad (después de todas las líneas) ese producto rinde 12%. Seguir vendiendo por debajo del punto de equilibrio es pérdida pura. Matriz de margen real por SKU es lo que separa quien crece de quien solo mueve volumen.

PUNTO POR PUNTO

Análisis: Error vs Corrección

COMISIÓN APLICADA

A · ERROR TÍPICO 18% (lo que dice la plataforma)

B · MASTERRESTAURANT 26% (comisión real auditada, incluido impuesto y dinámicas por zona)

Veredicto: La comisión REAL es 44% mayor. Ignorar esto inflama el margen proyectado.

FOOD COST

A · ERROR TÍPICO 32% (copiado de cocina física)

B · MASTERRESTAURANT 35-37%
(auditado en delivery, con empaque recalculado)

Veredicto: El delivery agrega 3-5 puntos por complejidad de armado y embalaje. Contabilizar esta diferencia es crítico.

ARMADO DE PEDIDO

A · ERROR TÍPICO 6 min (tiempo de cocina, ignorado)

B · MASTERRESTAURANT 10 min (con empaque y verificación); lucro cesante ~USD 0,40 por pedido

Veredicto: El tiempo extra genera costo real. Sin auditarlo, creerás que tu margen es 5 puntos mayor de lo que es.

REBOTE Y REPARTO

A · ERROR TÍPICO 0% (asumido fijo, cubierto por agregador)

B · MASTERRESTAURANT 6-8% de cancelaciones; <3% auditable y evitable con acción semanal

Veredicto: Cada cancelación es -100% margen en esa orden (pedido armado, no vendido). Auditar zona por zona cambia decisión de cobertura.

MARGEN POR SKU

A · ERROR TÍPICO 20% único para todos (genérico)

B · MASTERRESTAURANT 8% en bebidas, 18% en sándwich regular, 26% en ensalada premium (específico por producto)

Veredicto: Margen único es ficticio. Matriz de margen por SKU es lo que permite decisiones de precio y descuento inteligentes.

FRECUENCIA DE AUDITORÍA

A · ERROR TÍPICO Anual (con sorpresas de margen caído)

B · MASTERRESTAURANT Semanal de 1 línea, mensual consolidado (detecta fugas antes de que erogan margen)

Veredicto: Auditoría semanal adelanta correcciones 12 semanas vs auditoría anual. Diferencia: +18-22% de margen en 90 días.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Errores Típicos **✗ SIN AUDITORÍA**

- ✗ Comisión ficticia (no auditada)
- ✗ Food cost copiado de cocina física
- ✗ Empaque no consolidado
- ✗ Reparto asumido como fijo
- ✗ Tiempo de armado invisible
- ✗ Margen único para todos los SKUs

Método Correcto **MASTERRESTAURANT**

- ✓ Auditoría semanal de comisión real
- ✓ Receta auditada cada mes
- ✓ Empaque desagregado por SKU
- ✓ Rebote medido semanalmente
- ✓ Lucro cesante contabilizado
- ✓ Margen variable por producto

LAS CIFRAS QUE IMPORTAN

Cifras Verificables de Unit Economics en Delivery

15

-30 %

Comisión de apps de delivery de terceros por pedido

20

-35 USD

Ticket promedio de pedido de delivery EE. UU.

473.49

MIL MILLONES USD

Reparto de comida en línea EE. UU. 2026

58%

Operadores de servicio rápido con más peso de ventas off-premises que en 2019

Cerca de 95

MILLONES

Consumidores de Uber Eats 2024

88.5

USD/MES

Gasto mensual promedio del consumidor
en para llevar y delivery (EE.UU.)

Casi 75%

Tráfico fuera del local (off-premise) EE. UU.

VISUALIZACIÓN

Las cifras, visualizadas

Comisión de apps de delivery de terceros por pedido



Ticket promedio de pedido de delivery EE. UU.



Reparto de comida en línea EE. UU. 2026



Operadores de servicio rápido con más peso de ventas off-premises que en 2019



Consumidores de Uber Eats 2024



Gasto mensual promedio del consumidor en para llevar y delivery (EE.UU.)



Fuentes: [DoorDash / Uber Eats \(tarifas publicadas\)](#) · [Lightspeed 2025](#) · [Statista 2026](#) · [National Restaurant Association — From Trend to Transformation: Off-Premises Dining Now Essential 2025](#) · [Uber Technologies 2024](#)

Gráfico creado por [masterrestaurant.com](#)

CASO ILUSTRATIVO (COMPUESTO)

“Un restaurante de burgers en Medellín vendía 250 pedidos/semana en Rappi a USD 8 promedio. Creía que tenía 20% de margen (USD 1,60 por pedido), pero la auditoría semanal reveló: comisión real 26% (no 20%), food cost auditado 37% (no copiado 32%), empaque USD 0,40 no contabilizado, rebote 7% en norte. Margen real: 8%. Después de ajustar precios (+USD 1,50 en 3 SKUs), sacar la zona norte de Rappi, y bajar a 5 proveedores certificados con food cost recalculado, llegó a 18% de margen en 45 días y mantuvo 85% del volumen (el 15% era pedidos con descuento que rentaban negativo).”

— Auditoría Masterrestaurant, julio 2026, Medellín

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

4 Pasos para Auditar tu Unit Economics de Delivery



Semana 1: Descarga y desglosa comisión real

Accede al portal de Rappi/Uber Eats, descarga el resumen de 50 últimos pedidos (o 1 semana). En una hoja de cálculo, anota: valor orden, comisión %, comisión en dinero, cargos por zona, impuesto. Suma todas las comisiones, divide por suma de órdenes. Ese % es tu comisión REAL, no la de «plataforma». Si es >25%, negocia con el agregador o saca categorías de bajo margen. Responsable: dueño o gerente administrativo. Herramienta: Excel o Google Sheets (1 hoja por agregador).



Semana 2: Audita receta y empaque por SKU

Coge 10 unidades de tu producto más vendido en delivery (ej. burgers, sándwiches, pizzas). Pesa crudos (carne, verduras, queso, salsa) y cocinados. Multiplica cada ingrediente por costo unitario real (factura del proveedor última compra). Suma. Eso es tu food cost neto. Luego, suma caja + bolsa + etiqueta + servilleta + cubiertos en dinero (pregunta a tu proveedor). Total costo directo del plato. Aplica a tu precio de venta en Rappi: $(\text{Precio} - \text{Food cost} - \text{Empaque} - \text{Comisión \% en dinero}) / \text{Precio} = \text{Margen neto \%}$. Si es <14%, ese plato no cabe en delivery; si es 14-18%, es margen mínimo; si es >20%, es saludable. Responsable: chef o gerente de cocina.



Semana 3: Mide rebote y lucro cesante

Cada vez que Rappi/Uber cancele una orden (por «repartidor no disponible» o «cliente canceló»), anótala: zona, hora, SKU, margen esperado. Al final de 7 días, suma órdenes canceladas / total órdenes $\times 100$ = tasa de rebote. Si $>6\%$, esa zona es crítica; si $>4\%$, reúnete con el agregador para mejorar cobertura o sube mínimo de orden. Paralelamente, cronometra armado de 10 pedidos de delivery vs 10 de salón. Si delivery tarda 10 min vs 6 min en salón, esos 4 min son lucro cesante (cocinero $\times 4/60$ horas $\times$ costo/hora = dinero). Suma eso al costo del plato. Responsable: gerente de operación o jefe de cocina.



Mes 1: Consolida matriz de margen por SKU

Crea tabla de 3 columnas: SKU | Precio en Rappi | Margen neto % (del paso 2). Ordena de mayor a menor margen. Los que están $<12\%$ no deberían estar en Rappi, o necesitan precio $+10-15\%$. Los que están $14-18\%$ necesitan mejorar receta o empaque. Los que están $>20\%$ son tu motor; escala promoción a esos. Revisa esta matriz cada 2 semanas; Rappi cambia dinámicas de descuento cada mes, así que el margen varía. Eso es lo que hace Masterrestaurant en auditorías: auditoría semanal de una línea, mes a mes el consolidado. Responsable: dueño y gerente administrativo (juntos, cada 15 días).

PREGUNTAS FRECUENTES

4 Preguntas Sobre Unit Economics de Delivery

¿Cómo hago si Rappi me dice que no puedo ver la comisión desglosada?

Algunos agregadores muestran % pero ocultan desglose. Descarga el CSV de pedidos, suma el dinero retenido (valor orden – pago al restaurante) y divídelo por valor total; ese es tu % real. Si no puedes descargar, solicita al account manager de Rappi un «reporte de comisión por zona por rango horario». Es información que la plataforma maneja internamente. Si aún te niegan, es señal de margen muy bajo o acuerdo no transparente: renegocia o baja categorías de ese agregador.

¿Qué pasa si audito y veo que vendo a pérdida en un producto?

Tienes 3 opciones: (1) Sube precio $12-18\%$ en ese SKU; si cae volumen $<15\%$, neto ganas dinero; (2) Baja costo de ingredientes sin cambiar receta (mejor proveedor, menor tamaño de porción, eliminar adición cara); (3) Saca ese producto de Rappi y vende solo en tienda física, donde el precio y margen es mayor. Masterrestaurant ve que opción 1 + recorte de 1-2 SKUs de bajo margen genera el $+18\%$ en margen promedio en 90 días.

¿Con qué frecuencia debo auditar?

Comisión: semanal (Rappi cambia dinámicas cada 7-14 días por zona). Food cost: mensual (salvo que cambies proveedor o receta). Empaque: mensual (si subes volumen de 200 a 400 pedidos, renegocia empaque a granel). Rebote: semanal. Margen consolidado: quincenal. La mayoría de restaurantes audita anualmente; es por eso que descubren la fuga 12 meses después. Auditoría semanal es lo que separa operación tier-1 de improvisación.

¿Cómo sé si mi margen en delivery es competitivo?

En restaurantes tier-1 de Latinoamérica, margen neto de delivery es 14-22% para comida rápida (burgers, pizzas, tacos) y 18-28% para categorías premium (ensaladas, sushi, pasta). Si estás por debajo de 14%, algo está roto: o la receta se fue de presupuesto, o la comisión es anormalmente alta, o hay descuentos no contabilizados. Usa la matriz de SKU de este checklist para ubicarte; si todo está <15%, renegocia agregador o ajusta portafolio de productos.

DATOS Y FUENTES

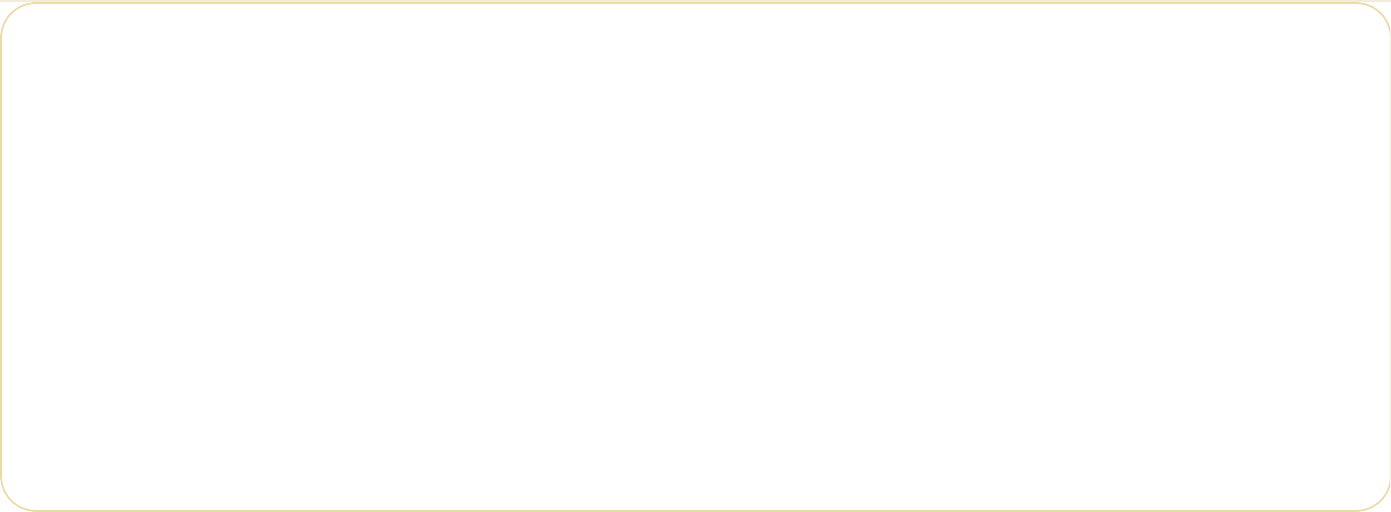
Unit economics de delivery en cifras (2026)

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

Dato	Valor	Fuente
Parte de la demanda total de las apps de delivery en México que representan los restaurantes locales MiPyme (informe de DiDi Foods, 2024)	aproximadamente 35 % de la demanda total (2024)	El Universal citando a DiDi Foods — Apps de comida impulsan crecimiento de restaurantes locales en México (2024)
Restaurantes locales activos en las plataformas de delivery en México, en más de 60 ciudades (2024)	más de 52 mil restaurantes locales (2024)	El Universal citando a DiDi Foods — Apps de comida impulsan crecimiento de restaurantes locales en México (2024)
Usuarios activos de iFood, la app de delivery líder en Latinoamérica (Brasil), al cierre del tercer trimestre de 2024	alrededor de 12.2 millones de usuarios activos (T3 2024)	Sensor Tower — Top 5 Food Delivery Apps in Latin America Q3 2024 Performance (2024)
Usuarios activos semanales de PedidosYa en Latinoamérica, techo del rango del tercer trimestre de 2024	entre 4.8 y 5.3 millones de usuarios activos semanales (T3 2024)	Sensor Tower — Top 5 Food Delivery Apps in Latin America Q3 2024 Performance (2024)
Pedidos mensuales de iFood en Brasil, que pasaron de unos 70 millones de media al hito de 100 millones en agosto de 2024	100 millones de pedidos mensuales (agosto de 2024)	Bloomberg Línea — Rappi y iFood: ¿qué le depara a las apps de delivery ante reformas y presión por rentabilidad en Latam? (2025)

Dato	Valor	Fuente
Usuarios de internet en México que usan apps de delivery, según la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) (nota de 2023)	83 % de los usuarios de internet en México (2023)	The Food Tech citando a AMVO — El delivery de alimentos y bebidas sigue creciendo (2023)

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



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

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