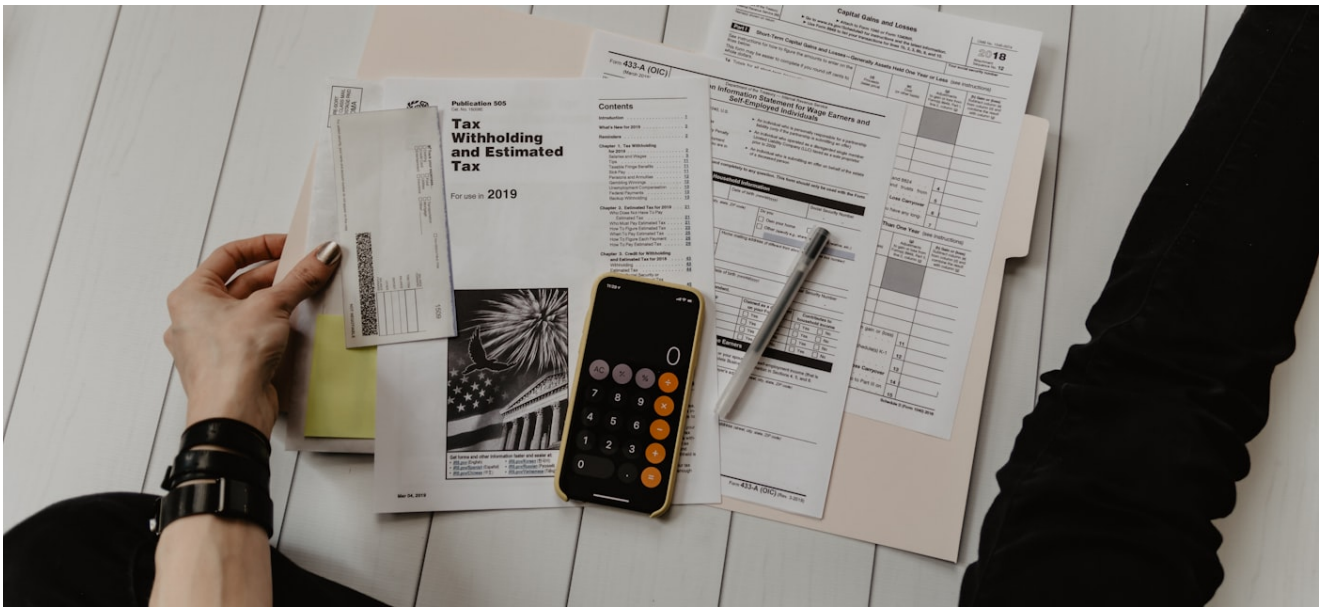
Markup vs margen: la diferencia que todo empresario debe conocer

Un empresario creía tener un margen del 30 % cuando en realidad solo era del 23 %. Así se entiende la diferencia entre markup y margen, se usan las fórmulas de conversión y se calculan ambos al instante.

Autor: Lubor Šimůnek · Publicado: April 20, 2026 · Finanzas

Versión en línea: https://appstoryo.com/es/blog/markup-vs-margin-difference



La costosa confusión entre margen sobre coste y margen sobre venta

Imagina que tienes una pequeña tienda de comercio electrónico. Compras un producto por 100 $ y lo vendes por 130 $. Te dices a ti mismo que estás obteniendo un margen de beneficio del 30 %. Los libros parecen sanos, así que creces, contratas personal e inviertes en publicidad. Seis meses después, tu contable te da la mala noticia: tu margen de beneficio real era solo del 23,1 %, no del 30 %. Esos 6,9 puntos porcentuales que faltaban se comieron el beneficio previsto y te dejaron haciendo malabares para cubrir los costes.

Esto no es hipotético. Les ocurre cada día a los empresarios que confunden el **markup con el margen**. Los dos conceptos utilizan las mismas cantidades de dinero y sin embargo producen porcentajes distintos, y mezclarlos lleva a productos mal valorados, beneficios sobrestimados y sorpresas dolorosas cuando llega el momento de pagar impuestos.

En esta guía aprenderás la **diferencia exacta entre markup y margen**, verás las fórmulas de conversión, recorrerás ejemplos reales por sector y descubrirás cómo **calcular el margen de beneficio a partir del coste** en segundos. Si quieres la respuesta ahora mismo, PercentSnap (también en Android) tiene una calculadora específica de markup y

margen que hace las cuentas al instante, sin conexión, sin anuncios y sin necesidad de crear una cuenta.

Descarga PercentSnap gratis: iOS | Android

¿Qué es el markup (margen sobre coste)?

El markup es el porcentaje que añades por encima de tu coste para llegar a un precio de venta. Responde a la pregunta: «¿Cuánto más que mi coste estoy cobrando?»

La fórmula es sencilla:

Markup % = ((Ingresos - Coste) / Coste) x 100

Veamos un ejemplo. Compras un producto por 50 $ y lo vendes por 75 $. Tu beneficio en dólares es de 25 $. Divide esos 25 $ entre el coste (50 $) y multiplica por 100:

Markup = (75 - 50) / 50 x 100 = **50 %**

Ese 50 % indica que cobraste un 50 % más de lo que pagaste. El markup mira hacia delante: partes de un coste conocido y decides cuánto añadir. Eso lo convierte en la herramienta natural para **fijar precios**. Entra en cualquier sala de exposición mayorista y oirás hablar de «keystone markup» (100 %) o «triple key» (200 %). Esas son cifras de markup, no de margen.

Una variante habitual es el uso de una **calculadora de porcentaje de markup para pequeñas empresas**: introduces tu coste, introduces el markup deseado y obtienes el precio de venta. La fórmula reordenada para el precio es:

Precio de venta = Coste x (1 + Markup % / 100)

Así que si tu coste es de 50 $ y quieres un markup del 50 %: 50 $ x 1,50 = 75 $.

¿Qué es el margen (margen de beneficio)?

El margen, en concreto el margen bruto, es el porcentaje de los ingresos que queda como beneficio después de cubrir el coste directo del producto. Responde a una pregunta diferente: «De cada dólar que ingreso, ¿cuántos céntimos son beneficio?»

La fórmula es:

Margen % = ((Ingresos - Coste) / Ingresos) x 100

Con los mismos números de antes, coste 50 $ y precio de venta 75 $:

Margen = (75 - 50) / 75 x 100 = **33,3 %**

Fíjate en la diferencia. Mismo producto, mismos dólares, pero un porcentaje completamente distinto. Donde el markup dividía entre el coste, el margen divide entre los ingresos. Los ingresos siempre son mayores que el coste (suponiendo que vendas por encima del coste), así que el margen siempre es un número menor que el markup para la misma operación.

El margen mira hacia atrás: evalúa la rentabilidad después de la venta. Cuando tu contable habla de «margen bruto» o cuando los inversores preguntan por tus «márgenes», se refieren a este número. Los estados financieros, los índices de referencia del sector y los objetivos de

beneficio se expresan casi siempre como márgenes, no como markups.

La diferencia crítica (y por qué te cuesta dinero)

Aquí es donde la cosa se pone peligrosa. Como ambos números describen el beneficio, muchos empresarios los intercambian sin darse cuenta. Fijan precios con el lenguaje del markup («lo he incrementado un 30 %») y luego informan de la rentabilidad con el lenguaje del margen («tenemos un margen del 30 %»). Esas dos afirmaciones describen realidades financieras muy distintas.

Veamos exactamente cuán distintas:

- Un **markup del 30 %** sobre un coste de 100 $ da un precio de venta de 130 $. El beneficio es de 30 $. El margen es 30 $ / 130 $ = **23,1 %**.
- Un **margen del 30 %** significa que por cada 130 $ de ingresos, 30 $ son beneficio. Para lograr un margen del 30 % sobre un coste de 100 $ tendrías que vender a 142,86 $ (porque 42,86 / 142,86 = 30 %).

Eso supone una diferencia de 12,86 $ por unidad. Multiplícalo por miles de unidades y la brecha se vuelve enorme. **Un markup del 50 % solo te da un margen del 33,3 %.** Si prometiste a los inversores un margen del 50 % pero en realidad usabas un markup del 50 %, sobrestimaste tu rentabilidad en casi 17 puntos porcentuales.

La razón de fondo de la discrepancia es el denominador. El markup usa el coste como base; el margen usa los ingresos. Como los ingresos equivalen al coste más el beneficio, la base del margen siempre es mayor, y dividir entre un número mayor siempre produce un resultado menor.

Míralo así: el markup describe cuánto añadiste respecto a lo que pagaste. El margen describe cuánto te quedas respecto a lo que pagó el cliente. Ambos son útiles, pero no son intercambiables.

Tabla de conversión de markup a margen

En lugar de hacer las cuentas a mano cada vez, usa esta tabla de referencia. Cubre los porcentajes de markup más habituales y sus márgenes equivalentes.

Markup %	Margen %
10 %	9,1 %
15 %	13,0 %
20 %	16,7 %
25 %	20,0 %
30 %	23,1 %
40 %	28,6 %
50 %	33,3 %
75 %	42,9 %
100 %	50,0 %

Markup %	Margen %
150 %	60,0 %
200 %	66,7 %

Las fórmulas de conversión que hay detrás de esta tabla son:

Margen = Markup / (1 + Markup) (donde ambos se expresan en decimales)

Markup = Margen / (1 - Margen)

Por ejemplo, para **convertir markup en margen** con un markup del 50 %: 0,50 / (1 + 0,50) = 0,50 / 1,50 = 0,333 = 33,3 %.

En sentido contrario, si quieres un margen del 40 %: 0,40 / (1 - 0,40) = 0,40 / 0,60 = 0,667 = se necesita un markup del 66,7 %.

Si prefieres no memorizar fórmulas, PercentSnap convierte automáticamente. Solo introduce el coste y el precio de venta y te mostrará el markup y el margen uno al lado del otro.

Descarga PercentSnap gratis: iOS | Android

Cuándo usar markup y cuándo margen

Ambas métricas tienen su papel, y saber cuándo recurrir a cada una hará que tus precios y tus informes sean más claros.

Usa el markup para fijar precios (fijación hacia delante). Conoces tu coste. Decides cuánto añadir. El markup resulta intuitivo aquí porque la base es el número que ya conoces (el coste). Los compradores minoristas, los mayoristas y los responsables de compras suelen pensar en markup porque se corresponde directamente con la orden de compra.

Usa el margen para evaluar la rentabilidad (análisis hacia atrás). Una vez registrados los ingresos, el margen te dice qué fracción de ellos te quedaste. Los analistas financieros, los inversores y tu contable piensan en margen porque conecta directamente con la cuenta de resultados y con los índices de referencia. Cuando alguien dice que un sector funciona con «márgenes del 10 %», quiere decir que 10 céntimos de cada dólar de ingresos son beneficio.

En la práctica, una empresa bien gestionada usa ambos. El equipo de compras fija precios con un markup objetivo y el equipo financiero revisa los resultados con informes de margen. El paso crítico es asegurarse de que todo el equipo sepa qué número está mirando.

Ejemplos por sector

Comercio minorista y e-commerce

El término más habitual en el comercio minorista es el **keystone markup**, que consiste en duplicar el coste. Un producto que cuesta 20 $ al por mayor lleva una etiqueta de 40 $. Eso es un markup del 100 %, pero el margen es solo del 50 %. Los minoristas experimentados lo saben y fijan sus precios en consecuencia. La moda rápida puede usar markups del 150-300 % (márgenes del 60-75 %), mientras que los supermercados trabajan con markups

ajustadísimos del 25-50 % (márgenes del 20-33 %).

Si vendes en Amazon o Shopify, también tienes que contar con las comisiones de la plataforma, los envíos y las devoluciones antes de fijar tu markup final. Un **markup minorista** del 100 % que suena generoso puede reducirse a un margen de un solo dígito después de las comisiones.

Restauración y negocio de alimentación

El sector de la restauración suele fijarse un coste de materia prima del 28-35 % del precio de la carta. Yendo hacia atrás, eso significa que el precio de la carta es aproximadamente 3 a 3,5 veces el coste de los ingredientes, o un **markup sobre el coste de los alimentos** del 200-250 %.

Por ejemplo, si los ingredientes de un plato de pasta cuestan 4 $, un markup del 250 % da un precio de carta de 14 $. El margen solo sobre la comida es (14 $ - 4 $) / 14 $ = 71,4 %. Suena espectacular hasta que añades mano de obra, alquiler, suministros y mermas, que normalmente consumen otro 55-60 % de los ingresos. El margen neto real de la mayoría de los restaurantes se sitúa entre el 3 % y el 9 %.

Es una ilustración perfecta de por qué el markup y el margen deben entenderse en su contexto. Un markup del 250 % deja un beneficio neto de un solo dígito en un sector con costes fijos elevados.

Empresas de servicios y trabajo autónomo

Para los proveedores de servicios, el «coste» es más difícil de definir porque vendes tiempo y experiencia. Empieza por tu coste totalmente cargado por hora: salario (o los ingresos deseados), cotizaciones sociales, seguro médico, suscripciones de software, amortización del equipo y espacio de oficina. Súmalo todo y divídelo entre las horas facturables para obtener tu coste por hora.

A partir de ahí, aplica un markup para llegar a tu tarifa de facturación. Un objetivo habitual en las agencias es un markup del 100-150 % sobre el coste de la mano de obra, lo que se traduce en un margen del 50-60 % sobre los ingresos por servicios. Los autónomos suelen apuntar más bajo, en torno a un markup del 50-80 % (margen del 33-44 %), según la presión competitiva y el valor de la especialización.

La idea clave: si calculas tu tarifa usando markup pero tu cliente te evalúa según el margen que necesita en el proyecto, ambos tenéis razón pero habláis idiomas distintos. Asegúrate de aclarar de qué número se está hablando en cualquier negociación.

Cómo calcular ambos al instante con PercentSnap

Si has llegado hasta aquí, ya entiendes la teoría. Pero en el día a día del negocio necesitas respuestas rápidas. Estás en el almacén de un proveedor, un cliente te pide un presupuesto por teléfono o estás actualizando tus precios de Shopify a medianoche. Abrir una hoja de cálculo cada vez no es práctico.

PercentSnap incluye una **calculadora de markup y margen** dedicada. Así funciona:

1. Abre la aplicación y selecciona el modo Markup/Margen.

2. Introduce tu coste y tu precio de venta (o introduce el coste y el markup deseado para obtener el precio de venta).
3. La aplicación muestra al instante el porcentaje de markup y el de margen uno al lado del otro, así nunca los confundirás.

Además del markup y el margen, PercentSnap también resuelve cálculos de precios rebajados y descuentos, cálculos de porcentajes inversos (por ejemplo, encontrar el precio original antes de un descuento), cálculos de IVA (incluido el IVA inverso) y diferencias en puntos porcentuales. Todos los cálculos se guardan en un historial local, puedes fijar los resultados importantes para consultarlos rápido y todo funciona sin conexión. No hay anuncios, ni suscripciones, ni cuentas. La aplicación admite 17 idiomas, así que también sirve para equipos internacionales.

Descarga PercentSnap gratis: iOS | Android

Preguntas frecuentes

¿Un markup del 30 % es lo mismo que un margen del 30 %?

No, no son lo mismo. Un markup del 30 % sobre un coste de 100 $ da un precio de venta de 130 $ y un beneficio de 30 $. Pero el margen de esa venta es solo 30 $ / 130 $ = 23,1 %. Para lograr un margen real del 30 % sobre un coste de 100 $ tendrías que poner el precio en 142,86 $ (un markup del 42,86 %). La diferencia se acumula rápido a lo largo de muchas operaciones.

¿Qué markup necesito para un margen del 40 %?

Usa la fórmula: Markup = Margen / (1 - Margen). Para un margen del 40 %: 0,40 / (1 - 0,40) = 0,40 / 0,60 = 0,667, o sea un markup del 66,7 %. Así que si tu producto cuesta 100 $, tendrías que venderlo a 166,70 $ para lograr un margen del 40 %. PercentSnap hace esta conversión automáticamente.

¿Cómo fijo precios rentables para mis productos?

Empieza calculando tu coste total por unidad, incluyendo el coste del producto, el envío, el embalaje y cualquier comisión de plataforma o de transacción. Decide un margen objetivo basado en los índices de referencia de tu sector. Convierte ese margen en markup con la fórmula anterior y aplícalo a tu coste total. Comprueba siempre el margen resultante con la fórmula del margen para asegurarte de que alcanzas tu objetivo. Haz un seguimiento mensual de los márgenes reales y ajusta los precios si cambian los costes.

¿Por qué los contables usan el margen en lugar del markup?

Los estados financieros presentan primero los ingresos y después restan los costes. El margen encaja de forma natural en esa estructura de arriba abajo porque expresa el beneficio como fracción de los ingresos. Además, facilita comparar empresas de distinto tamaño y de distintos sectores. El markup es más útil en el lado operativo, donde trabajas desde el coste hacia arriba para fijar precios.

¿Puede el markup superar el 100 %?

Por supuesto. Un markup del 200 % significa que cobras tres veces tu coste: si el coste es de 10 $, vendes a 30 $. El margen en ese caso es (30 $ - 10 $) / 30 $ = 66,7 %. Los artículos de lujo, los productos gourmet y el software suelen tener markups muy por encima del 100 %.

Cómo citar: Lubor Šimůnek (2026). *Markup vs margen: la diferencia que todo empresario debe conocer*. AppStoryo, lapnito.cz s.r.o.. https://appstoryo.com/es/blog/markup-vs-margin-difference
© 2026 lapnito.cz s.r.o.