



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Un concesionario. Tres aprobaciones. Un solo modelo 3D.

Los renders que necesita el propietario de un concesionario para que la marca, el banco y el ayuntamiento aprueben un concesionario nuevo o reformado: qué vistas recibe cada uno, cuánto ahorra un solo modelo y cuánto cuesta, línea a línea.

EMPIECE AQUÍ

Un concesionario se aprueba antes de construirse

Los grupos de automoción rara vez pagan de más por una imagen. Pagan de más porque el mismo concesionario se vuelve a dibujar para cada lector: la revisión de imagen corporativa de la marca, el comité de riesgos del banco, el ayuntamiento, la campaña de apertura. Cada lector pide vistas distintas, y cada ronda empieza desde un archivo en blanco.

Así, la marca ve una fachada, el banco ve otra y el ayuntamiento una tercera, y nadie tiene claro cuál es el proyecto. Un solo modelo 3D del edificio y del emplazamiento, creado una vez, da a cada lector una vista del mismo concesionario, y las imágenes de apertura salen del modelo que la marca ya aprobó.

CADA LECTOR DIBUJADO POR SEPARADO		CADA LECTOR SERVIDO DESDE UN SOLO MODELO	
01	La revisión de la marca espera un nuevo plano de fachada	La fachada se renderiza según la imagen corporativa a partir del modelo	
02	El banco ve un boceto y una hoja de cálculo	El banco ve la exposición y la zona de entrega	
03	El ayuntamiento recibe alzados planos	El ayuntamiento recibe vistas de calle de día y de noche	
04	Los acabados cambian de una ronda a otra	Los acabados se fijan una vez y se mantienen	
05	La campaña de apertura empieza de cero	Las imágenes de apertura salen de las escenas aprobadas	

Planifique las aprobaciones y después la lista de renders.

Decida qué debe aprobar cada lector y en qué orden: la marca, la financiación, el ayuntamiento, los clientes. Las vistas se derivan de esas decisiones, no de lo que queda bien en un portfolio.



Render de producción de Maverick Frame.

LA LISTA DE VISTAS

Los renders del grupo, línea a línea

Un caso compuesto de encargos habituales de grupos de automoción, no el presupuesto de un cliente concreto. Parte de un concesionario nuevo con exposición, recepción de taller y aparcamiento. Las vistas se calculan con nuestra tarifa de arquitectura de \$39: una vista interior son 10 horas, una exterior 16 y una aérea 24.

PARTIDA		BASE DE CÁLCULO	A TARIFAS DE ESTUDIO
01	Modelo 3D del edificio, la exposición y el emplazamiento a partir de planos	se modela una vez	\$2.400
02	Modelo del entorno con la calle y los vecinos	se modela una vez	\$900
03	Plano 3D de la exposición y la recepción de taller	1 x \$936	\$936
04	Fachada según la imagen corporativa, de día y de noche	2 x \$624	\$1.248
05	Exposición, zona de entrega y sala de espera de clientes	3 x \$390	\$1.170
06	Vista aérea del emplazamiento con aparcamiento, tótem y rotulación	1 x \$936	\$936
Se modela una vez: edificio y calle			\$3.300
7 vistas para la marca, el banco y el ayuntamiento			\$4.290
Los renders del grupo, como caso compuesto			\$7.590
El siguiente concesionario del grupo: edificio nuevo, acabados y cámaras reutilizados			\$3.804

El siguiente concesionario cuesta \$3.804 por sus primeras vistas.

Los acabados, el mobiliario y la configuración de cámaras se trasladan desde el concesionario aprobado, así que el siguiente emplazamiento empieza con un nuevo modelo del edificio, no con un nuevo diseño.

IMAGEN	A QUIÉN CONVENCE	DÓNDE SE USA
Fachada según la imagen corporativa	La marca de coches	Solicitud de concesión, revisión de imagen
Exposición y zona de entrega	El banco, los inversores	Plan de negocio, comité de riesgos
Vista de calle de día y de noche	El ayuntamiento, los vecinos	Expediente de licencia, información pública
Sala de espera e imágenes de apertura	Sus clientes	Campaña de apertura, redes sociales

ERRORES QUE VEMOS EN SUS BRIEFINGS

Seis frases que le cuestan una segunda ronda

Salen de los briefings de concesionarios que recibimos. Cada una es comprensible, y cada una desperdicia una vista o duplica el trabajo.

LO QUE SE SUELE ESCRIBIR	LO QUE CONVIENE ESCRIBIR
01 Que se vea premium	Envíe el manual de imagen corporativa de la marca y dos concesionarios que admire. Lo premium sale de los materiales y la luz, no de poner más coches.
02 Los planos llegarán más adelante	Envíe ya el plano de emplazamiento y la huella del edificio. El modelo se crea mientras se terminan los planos.
03 El banco necesita algo para el viernes	Diga qué decisión toma el banco. La exposición y la zona de entrega suelen bastar para esa decisión.
04 Que salgan todos los coches que vendemos	Elija los modelos protagonistas para las vistas de la exposición. La gama completa va a los formatos de apertura.
05 El taller lo haremos más adelante	Envíe ya la distribución del taller, para que el emplazamiento y el aparcamiento se planifiquen con ella.
06 Igual que nuestro último concesionario	Adjunte los últimos archivos y diga qué ha cambiado: marca, tamaño o emplazamiento. Los acabados archivados cubren el resto.

Conserve el modelo, no solo las imágenes.

Pida que el modelo del edificio y las escenas queden archivados. La reforma, la siguiente marca y el siguiente concesionario del grupo empiezan entonces desde el render, no desde el modelado.



Render de producción de Maverick Frame.

LA PÁGINA CLAVE

Lo que de verdad nos envían los grupos de automoción

Los propietarios de concesionarios no envían especificaciones. Para un concesionario nuevo envían algo muy parecido a esto, normalmente en el cuerpo de un correo, y basta para presupuestar.

01	El emplazamiento	El plano de emplazamiento, el levantamiento topográfico o una captura de satélite con la parcela marcada.
02	El edificio	Planos, bocetos o el edificio existente que va a reformar.
03	La marca	El manual de imagen corporativa o las directrices de diseño de la marca.
04	La exposición	Cuántos coches habrá en la exposición y qué modelos van delante.
05	La posventa	Recepción de taller, puestos, chapa y pintura o lavado, si los hay.
06	El estilo	Dos concesionarios que admire y lo que no quiere.
07	Los lectores	Revisión de la marca, banco, ayuntamiento o apertura, y en qué orden.
08	La fecha	Cuándo es la primera revisión y qué decisión depende de ella.
09	El presupuesto	Para todo el proyecto o por fase. Cualquiera de los dos basta para definir el alcance.

Empiece por la fachada

Apruebe primero la fachada según la imagen corporativa. Los interiores y las vistas del emplazamiento siguen ese modelo.

Pruebe la vista nocturna

Renderice la calle de día y de noche para el ayuntamiento. Un render se puede ajustar; un tótem ya construido, no.



Render de producción de Maverick Frame.

LO QUE CUESTA

Precios de mercado y condiciones, para revisar cualquier presupuesto

Rangos que vemos en el mercado en 2026, de autónomo a estudio. Úselos para contrastar cualquier presupuesto, incluido el nuestro.

TRABAJO ENCARGADO	AUTÓNOMO	ESTUDIO
Imagen exterior, una	\$100 - 300	\$250 - 600
Imagen interior, una	\$120 - 350	\$300 - 700
Paquete de 5 - 8 vistas	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animación, por minuto	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Nuestros plazos y condiciones de revisión estándar. Son los que presupuestamos salvo que un proyecto necesite otra cosa, y en ese caso lo decimos antes de empezar.

FASE O ENTREGABLE	ESTÁNDAR DE MAVERICK FRAME
Primer borrador de una imagen fija	De 3 a 5 días laborables desde un brief completo
Imágenes finales, paquete de 5 - 8	De 2 a 3 semanas, borradores incluidos
Animación de hasta un minuto	De 4 a 6 semanas, primero storyboard y previsualización
Rondas de revisión incluidas	Dos en fase de borrador y una sobre la imagen final
Qué cuenta como una ronda	Una sola lista consolidada de comentarios, enviada de una vez
Entrega urgente	La mitad de plazo por alrededor de un 40 % más, si el calendario lo permite

Tenga un estudio elegido antes de que la fecha esté encima

Los proyectos más caros que vemos no son los que llegan con un brief flojo. Son los que se encargan con prisa, cuando el primer proveedor ya ha fallado y la fecha de lanzamiento no se mueve. Valore uno o dos estudios mientras nada es urgente.

Una nota sobre hacerlo en casa: un solo artista necesita unas diez suscripciones de software, una estación de trabajo y varias habilidades adyacentes, desde el modelado y la iluminación hasta la postproducción y el trato con el cliente. Solo compensa si esa persona tiene trabajo todos los días. Por debajo de eso, las cuentas favorecen por sí solas externalizar.

SIGUIENTE PASO

Envíenos el plano y el manual de la marca

El plano de emplazamiento o el levantamiento, el manual de imagen corporativa de la marca, los bocetos o planos que tenga y la fecha de la próxima revisión, en el estado en que estén. Le responderemos con un alcance, un precio y las preguntas que lo deciden, por escrito y sin llamada comercial.

El formulario de contactomaverickframe.com/contacts/

Diseño de concesionariosmaverickframe.com/es/soluciones/disenio-de-concesionarios/

O simplementeresponda al correo con el que le llegó esta guía.

Escrita por quienes leen estos briefs

Dim Kuzmenko es cofundador de Maverick Frame Studio. Las cifras de esta guía salen de nuestra propia bandeja de entrada y de nuestras propias tarifas, no de una encuesta del sector.