



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Habitaciones vendidas antes del edificio: las catorce imágenes.

El set que necesita un hotel para inversores, aprobación de marca, preventa y plataformas de reserva, presupuestado línea a línea, con el brief de una página que lo pone en marcha.

EMPIECE AQUÍ

Cuatro públicos, una sola partida

Un hotel compra renders cuatro veces: para los inversores, para el equipo de estándares de diseño de la marca, para el equipo comercial de preapertura y para las plataformas de reserva. Normalmente a personas distintas en momentos distintos, y a menudo a proveedores distintos, así que el mismo lobby se modela tres veces.

Ahí se va el dinero. Y las imágenes que se hacen primero, vistas arquitectónicas amplias para la presentación a inversores, apenas sirven en una página de reservas, donde el huésped decide por la habitación, el baño y la vista desde la cama.

QUIÉN MIRA	QUÉ NECESITA VER
01 Inversores	La llegada, la fachada al anochecer y un espacio común que transmita el concepto. Tres imágenes, no doce.
02 Aprobación de marca	La habitación tipo y el lobby, con detalle suficiente para contrastarlos con el manual de estándares de la marca.
03 Ventas de preapertura	Habitaciones, la suite, el espacio de eventos y el restaurante: lo que compra un organizador de grupos o de bodas.
04 Plataformas de reserva	Habitación, baño, vista y servicio estrella, encuadrados para los recortes de galería. Las imágenes que de verdad generan reservas.

Modele una vez, en el orden correcto.

Un solo modelo del lobby y de la habitación tipo sirve a los cuatro públicos si se construye primero para el más exigente. La galería de reservas pide los acabados más precisos, así que empiece el modelo por ahí y saque de él las imágenes para inversores.



Render de producción de Maverick Frame.

EL LISTADO DE IMÁGENES

El set de preapertura, con precios

Un compuesto de los sets hoteleros que presupuestamos, a tarifas medias de estudio, para un hotel de 120 habitaciones con restaurante, bar, un espacio de eventos y un servicio estrella. Cada línea tiene una función y un lugar donde se publicará.

	PARTIDA	BASE	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Llegada y fachada al anochecer, para inversores y la valla de obra	2 x \$550	\$1.100
02	Lobby y recepción, vista principal y contraplano	2 x \$500	\$1.000
03	Habitación tipo: la cama, el escritorio y la ventana	2 x \$450	\$900
04	Suite: zona de estar y dormitorio	2 x \$500	\$1.000
05	Baños, habitación tipo y suite	2 x \$400	\$800
06	Restaurante de día, bar por la noche	2 x \$500	\$1.000
07	Espacio de eventos, montaje de banquete	1 x \$450	\$450
08	Spa, piscina o azotea, el servicio con el que vende	1 x \$500	\$500
09	Mobiliario de habitación modelado según el listado de FF&E	modelado	\$1.800
10	Panoramas 360 de la habitación tipo y la suite	2 x \$600	\$1.200
11	Película de preapertura de 30 segundos con el mismo modelo	0,5 min	\$2.750
	Catorce imágenes y el modelo de habitación, 01-09		\$8.550
	360 y película, 10-11		\$3.950
	El set completo de preapertura		\$12.500
	La primera fase, líneas 01-05 y 09		\$6.600

La habitación tipo es la imagen que factura.

El huésped reserva la habitación que puede ver. De toda esta lista, la habitación tipo y su baño son las imágenes que siguen trabajando en las plataformas de reserva mucho después de la inauguración, así que merecen el modelo más preciso y el mayor cuidado.

ERRORES DESDE SU LADO DE LA MESA

Lo que dicen los briefs de hotel, y qué escribir

Siete frases que leemos en casi todos los briefs hoteleros. Cada una multiplica el número de imágenes o devuelve el modelo a reconstruir.

EN EL BRIEF	LO QUE CONVIENE ESCRIBIR
01 Renderizar todas las tipologías de habitación	Nombre la habitación tipo y la suite. Las demás son variantes que rara vez necesitan imágenes propias; como mucho, una más cada una.
02 Conforme a los estándares de marca	Adjunte el manual de estándares y marque las páginas que aplican. El equipo de marca lo revisará igualmente; déjenos leerlo antes.
03 Acabados por confirmar	Envíe el listado de FF&E tal como esté, aunque sea un borrador. Que cambien los acabados con el modelo ya construido es la revisión más cara en hotelería.
04 Con mucha vida y ambiente	Diga qué espacios necesitan personas, y cuántas. Unos pocos huéspedes en la barra transmiten acogida; una multitud en cada imagen parece banco de imágenes.
05 Para la web, los inversores y las webs de reserva	Enumere los formatos: una imagen principal panorámica, un recorte de galería, un vertical para stories. Encuadrar para los tres a la vez sale más barato que volver a renderizar.
06 La vista desde la ventana, la que quede mejor	Díganos la vista real desde la planta de la habitación tipo. Una vista al mar que no existe es el camino más corto a una reclamación tras la apertura.
07 Lo necesitamos para la apertura	Lo necesita para el día en que empiezan las ventas, que llega mucho antes de la apertura. El set tiene que estar publicado cuando el equipo de preapertura coge el teléfono.

Respóndalo por escrito, no en una ronda de revisión.

Cada línea de arriba se responde en pocos minutos antes de empezar, y cuesta una ronda de revisión entera corregirla tras el primer borrador. Guarde las dos rondas de borrador para las imágenes, no para el brief.

LA PÁGINA ÚNICA

Lo que los hoteles nos envían de verdad

Los operadores y promotores cuyos logos aparecen en nuestras páginas de servicio no envían pliegos de especificaciones. Envían algo parecido a esto, normalmente en el cuerpo de un correo, y basta para presupuestar y empezar a trabajar.

01	El establecimiento	Habitaciones, marca o posicionamiento, y en qué punto está. Una línea.
02	Los planos	Planos, el modelo de diseño si existe, y cuál es el vigente.
03	El listado de FF&E	Tal como está hoy, marcando lo que aún puede cambiar.
04	Quién lo ve primero	Inversores, la marca, ventas o las plataformas de reserva. Define el orden.
05	Qué espacios	Habitación tipo, suite, lobby, restaurante, bar, eventos, servicio estrella.
06	La vista	Lo que se ve de verdad desde la habitación tipo, y la temporada en que vende.
07	Personas	Qué espacios necesitan huéspedes, y cuántos aproximadamente.
08	Formatos	Dónde se publicará cada imagen, y en qué recortes.
09	La fecha	El día en que empiezan las ventas de preapertura, no el de la inauguración.
10	El presupuesto	Una cifra o una horquilla. Es el camino más rápido hacia un alcance ajustado.

Envíe el listado provisional, no el final

Podemos construir la arquitectura mientras el FF&E sigue moviéndose. Muebles sueltos y tejidos son lo último que se aplica y lo más fácil de cambiar.

Planifique ya la segunda oleada

Cuando el hotel abre, la fotografía se queda con las habitaciones. Los renders conservan su valor para los espacios aún en obra y para fases posteriores; indíquenos si las hay.

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 lo que ya tenga

Planos, un modelo, fotografías o un borrador de brief, 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 contacto	maverickframe.com/contacts/
Visualización hotelera	maverickframe.com/es/servicios/panorama-360/
O simplemente	responda al correo con el que le llegó esta guía.

Escrita por quienes leen estos briefs

Dim Kuzmenko es el fundador 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.