



MAVERICK
FRAME
STUDIO

GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Sobre plano se decide con ocho imágenes. Usted pagó **veintidós.**

Un encargo típico de preventa para una promoción residencial, con precio imagen a imagen, y el set de campaña de ocho imágenes, escalonado del lanzamiento a la obra, por 6.800 \$.

Dim Kuzmenko
Fundador, Maverick Frame Studio

maverickframe.com



POR DÓNDE EMPEZAR

Veintidós imágenes. Ocho hacen la venta.

Quien compra sobre plano reserva una vivienda que no puede recorrer. Decide con una serie corta de imágenes: el edificio, dónde está, la estancia donde viviría y lo que se ve desde ella. Todo lo demás del folleto sirve para tranquilizar.

La mayoría de los encargos de preventa se escriben al revés. Los planos del arquitecto recogen cada alzado, cada tipología y cada zona común, así que el encargo también, y todo se pide de una vez antes del lanzamiento. Llegan juntas veinte imágenes o más, la mayoría nunca sale de la carpeta, y las dos por las que pregunta el comprador cuando el precio ya está sobre la mesa a menudo no están entre ellas.

EN TORNO A QUÉ SE ARMA EL ENCARGO		LO QUE ESTÁ DECIDIENDO EL COMPRADOR	
01	Cada alzado de cada edificio	Si parece un lugar al que apetece volver a casa. Una principal, de día y al atardecer.	
02	Cada tipología, amueblada	La vivienda que está reservando. La tipología que más se vende lleva los interiores; el resto puede esperar.	
03	Cada zona común del folleto	La única zona común que justifica el precio por metro cuadrado.	
04	Una película de lanzamiento, encargada con las imágenes	Las vistas desde su terraza y el recorrido de la calle a la puerta de su casa.	

El comprador no compra la arquitectura. Compra una mañana en el piso.

Los alzados responden a las preguntas del técnico municipal. El salón, el dormitorio y la terraza responden a las del comprador, y son las imágenes que el equipo comercial usa cada día de la campaña.



Render de producción de Maverick Frame.

LA FACTURA

Lo que encargan los promotores y lo que vende

Abajo hay un compuesto de los encargos de preventa que vemos para una promoción de unas 120 viviendas en tres edificios, presupuestado a tarifas de estudio de gama media. Cada línea es una petición razonable. La segunda columna recoge qué hizo cada imagen una vez empezada la campaña.

ENCARGADO ANTES DEL LANZAMIENTO		EN LA CAMPAÑA	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Exterior principal, de día y al atardecer (2)	vendió	1.100 \$
02	Aérea con la ubicación (1)	vendió	600 \$
03	Llegada y vestíbulo, patio con piscina (2)	vendió	1.050 \$
04	Salón de la tipología más vendida (1)	vendió	550 \$
05	Cuatro ángulos exteriores más, uno por alzado	sin usar	1.800 \$
06	Versiones nocturnas de dos exteriores	sin usar	900 \$
07	Salones de otras cuatro tipologías	una vez	2.000 \$
08	Cocinas y baños, tres vistas	sin usar	1.200 \$
09	Gimnasio y zona de coworking	sin usar	900 \$
10	Segunda aérea, ángulo de plan general	sin usar	600 \$
11	Un vuelo virtual de 90 segundos	tras el lanzamiento	7.500 \$
12	Seis panorámicas 360 de una vivienda	demasiado pronto	3.000 \$
Seis imágenes que vendieron el lanzamiento			3.300 \$
Dieciséis imágenes sin usar o usadas una vez			7.400 \$
Película y panorámicas, compradas antes de que hubiera piso piloto			10.500 \$
Dos de las ocho que venden, ausentes, encargadas después con urgencia			+ 1.400 \$
Lo que pagó el promotor			22.600 \$
El set de campaña de ocho imágenes, con película corta			6.800 \$

22.600 \$ compraron seis de las ocho imágenes que venden.

Las dos que faltaron fueron la vista desde una terraza y el dormitorio principal de la tipología más vendida. Se encargaron con prisa una vez abiertas las reservas, con recargo de urgencia, a partir de un modelo ya construido para otras veintidós vistas.

EL SET DE CAMPAÑA

Ocho imágenes, en el orden en que se vende

Encargue el set por fases según el calendario comercial, no en un solo pedido antes del lanzamiento. El modelo se construye una vez para la principal, así que cada imagen posterior sale de él rápido y sin volver a modelar.

FASE	LA IMAGEN Y SU FUNCIÓN	COSTE
Antes del lanzamiento	Exterior principal, de día. Lona de obra, banner del portal y portada del folleto. Encárguela primero, sola.	550 \$
Antes del lanzamiento	La principal al atardecer. La misma cámara, iluminada. Vende la tarde y aguanta en una lona.	550 \$
Antes del lanzamiento	Aérea con la ubicación. El parque, la estación, el mar: lo que vale la dirección.	600 \$
Reservas	Salón de la tipología más vendida. La estancia que el comprador imagina primero.	550 \$
Reservas	Dormitorio principal, misma vivienda. La segunda pregunta cuando ya conoce el precio.	500 \$
Reservas	La vista desde una terraza a altura típica. Lo que paga la prima por planta.	500 \$
Reservas	Llegada y vestíbulo. El recorrido de la calle a la puerta.	500 \$
Reservas	La zona común que fija el precio. Piscina, patio o azotea. Una de ellas.	550 \$
Obra	Una película de 30 segundos del mismo modelo. Mantiene viva la campaña mientras en la parcela solo se ve una grúa.	2.500 \$
Más adelante, si hace falta	Una segunda tipología. Solo cuando una tipología se venda despacio, nunca antes.	500 \$ cada una

Ocho imágenes: 4.300 \$. Con la película: 6.800 \$.

Se paga a lo largo del calendario y no antes del lanzamiento. Si la oficina de ventas tiene una pantalla, tres panorámicas 360 del piso piloto (unos 1.500 \$) pueden sustituir a la película en la fase de obra. Elija un formato en movimiento, no los dos.



Render de producción de Maverick Frame.

LA ÚNICA PÁGINA

El brief para lanzar una promoción

No necesita una especificación para empezar. Media página como esta, a menudo en el cuerpo de un correo, nos basta para presupuestar el set de campaña y empezar con la principal. Diga qué vende y cuándo; deje el trabajo de cámara a quienes lo hacen cada día.

01	La promoción	Una línea: edificios, número de viviendas, ubicación. Adjunte planos o el modelo del arquitecto y diga qué versión es la vigente.
02	El calendario comercial	Lanzamiento, reservas, inicio de obra, entrega. Escalonamos el encargo según esas fechas.
03	El comprador	Primera vivienda, familias, quien busca algo más pequeño o inversores. Decide la vivienda y la luz.
04	La vivienda que vende	La tipología que espera vender mejor, o la que más necesita vender. Lleva los interiores.
05	La vista principal	Marcada en el plano de situación. Dos minutos aquí ahorran una ronda de revisión.
06	La terraza	Desde qué planta y orientación mira un comprador típico. Ayuda una foto de dron a esa altura.
07	La zona común	La que justifica el precio: piscina, patio o azotea.
08	Los acabados	La memoria de calidades o el moodboard del piso piloto, aunque no estén cerrados.
09	Dónde se publicará	Tamaño de la lona, portales, folleto, la pantalla de la oficina de ventas.
10	El presupuesto	Una cifra o un rango. Es el camino más rápido a un set que encaje.

Adjunte lo que ya exista

- ☐ Los planos o el modelo del arquitecto, y el cuadro de superficies por tipología
- ☐ La memoria de calidades o el moodboard del piso piloto
- ☐ Fotos de dron o de la parcela, aunque sean del móvil
- ☐ El nombre, el logotipo y la maqueta del folleto, si la agencia los tiene

Diga la intención, no el detalle

Cuéntenos quién compra y cuándo lanza. Un brief que fija cada objetivo y cada altura de cámara se toma al pie de la letra, y se nota en las imágenes.

Cuente con nosotros antes de la lona

Los encargos más caros se hacen cuando un primer proveedor ya ha fallado el lanzamiento. Escribanos mientras el lanzamiento todavía es una fecha en la agenda.

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/
Render residencial	maverickframe.com/es/servicios/render-residencial/
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.