



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

El hotel aún no existe. Nueve imágenes tienen que **llenarlo.**

El set de imágenes de preapertura para un hotel o un local, presupuestado en 9.650 \$: qué espacios mostrar a inversores, al operador y a los primeros huéspedes, y cuáles dejar fuera.

POR DÓNDE EMPEZAR

El hotel no está hecho. Ya vende habitaciones.

Un hotel se vende tres veces antes de que entre el primer huésped. Inversores y bancos compran la idea, un operador o una marca compra el encaje con sus estándares, y los primeros huéspedes compran una habitación en una web de reservas que solo tiene renders para enseñar. Cada uno decide con imágenes, y cada uno busca algo distinto.

La mayoría de los briefs de preapertura ignoran ese orden. Enumeran cada espacio de los planos del arquitecto, del salón de banquetes a las cabinas de tratamiento, y lo piden todo a la vez, normalmente con una película larga. El set que funciona es más corto y va por fases: las imágenes que sostienen el caso de inversión, luego las que debe aprobar el operador y después las que llenan el motor de reservas.

LO QUE SUELE ENUMERAR EL BRIEF	QUIÉN LO NECESITA, Y CUÁNDO
01 Cada tipo de habitación, amueblada	Los huéspedes reservan la estándar y pagan más por la suite. Renderice esas dos; el resto llega como variantes.
02 Cada punto de restauración: restaurante, bar, cafetería, bar de piscina	Uno, el que visitará también quien no se aloja.
03 Salas de reuniones, salón de banquetes, gimnasio	La ficha técnica del operador, salvo que los eventos generen los ingresos.
04 Una película de lanzamiento larga	Una película corta del modelo de las imágenes, o 360 de dos habitaciones. No ambas antes de abrir.

El inversor compra la ubicación. El huésped compra la vista desde la cama.

La aérea y la llegada construyen el caso de inversión. La habitación, la vista y la piscina llenan la web de reservas. Las imágenes intermedias son para el operador, y son menos de las que sugiere el brief.



Render de producción de Maverick Frame.

LA FACTURA

El set de preapertura, imagen a imagen

Abajo hay un compuesto del set de preapertura para un hotel vacacional de unas 90 habitaciones con un restaurante, piscina y spa, presupuestado a tarifas de estudio de gama media. La segunda columna nombra el público al que cada imagen tiene que convencer. Para una cafetería, un club o un recinto deportivo el set es más corto, pero la lógica es la misma.

	IMAGEN	CONVENCE A	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Aérea con la parcela, la costa y el acceso	inversores	600 \$
02	Llegada al atardecer, desde la zona de entrada	los tres	550 \$
03	Vestíbulo y recepción, a la altura de los ojos	operador	600 \$
04	Habitación estándar, la que llena el hotel	huéspedes	550 \$
05	Suite o villa, la que sube la tarifa	inversores	650 \$
06	La vista desde la habitación, balcón o terraza	huéspedes	500 \$
07	El restaurante insignia, en uso	operador	600 \$
08	Piscina y solárium, con gente	huéspedes	550 \$
09	El servicio estrella: spa, pista de pádel o club de playa	huéspedes	550 \$
10	Una película de 45 segundos del mismo modelo	los tres	4.500 \$
	Nueve imágenes		5.150 \$
	Una película de 45 segundos		4.500 \$
	En lugar de la película: panorámicas 360 de la estándar y la suite		o 1.200 \$
	El set de preapertura		9.650 \$
	El mismo hotel, renderizado como lo enumera el brief habitual		29.050 \$

29.050 \$ es el brief que renderiza cada sala de los planos.

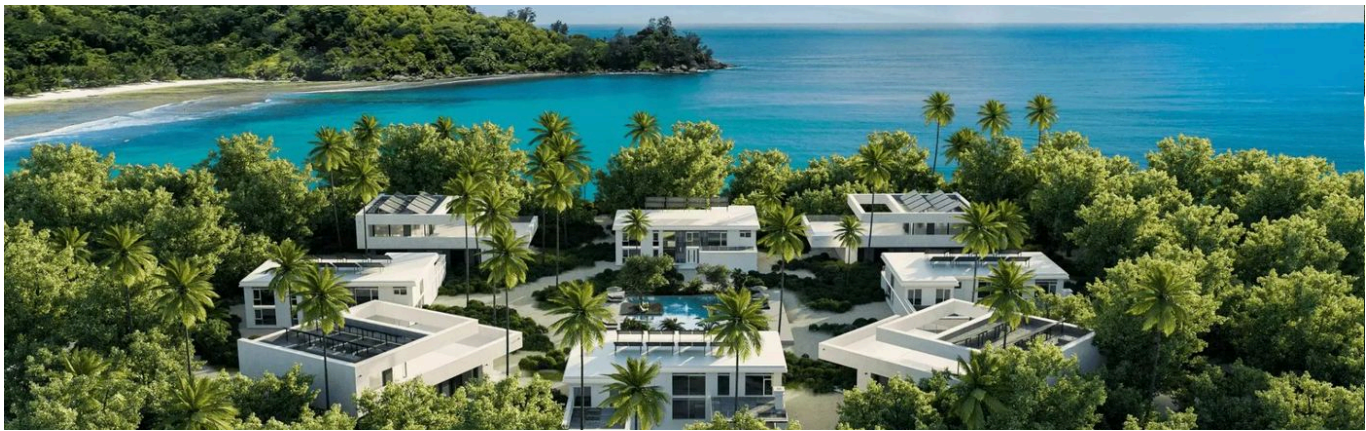
Veintiocho imágenes en lugar de nueve (cada tipo de habitación y baño, tres puntos de restauración más, salas de reuniones, gimnasio y cabina de tratamiento, dos aéreas más, versiones nocturnas), una película de 90 segundos y ocho panorámicas. Tres veces el set de arriba, y ninguna de las imágenes extra es la que llena una habitación.

ESPACIO A ESPACIO

Qué mostrar y qué dejar fuera

Repase los planos con esta lista antes de pedir presupuesto. Cada línea nombra un espacio, la forma de mostrarlo y cuándo puede esperar.

EL ESPACIO	MUÉSTRELO ASÍ, O DÉJELO FUERA
01 Llegada	El primer fotograma que juzgan el operador y el huésped. Una vista desde la zona de entrada al atardecer, iluminada como de verdad se iluminará el edificio.
02 Tipos de habitación	La que llena el hotel y la que fija la tarifa media. Los demás tipos son variantes del mismo modelo, con un precio muy por debajo de una vista nueva, y pueden llegar cuando el operador apruebe las distribuciones.
03 La vista desde la habitación	A menudo, el motivo de la reserva. Encuádrela desde la cama o la terraza, con la orientación y el horizonte reales.
04 Comida y bebida	Un punto de restauración, en uso, a la hora en que factura. El bar de la piscina y la cafetería del vestíbulo son líneas de la ficha técnica.
05 Servicios	El que sostiene la tarifa: piscina, spa, pista de pádel o playa. Un gimnasio rara vez necesita imagen propia.
06 Aérea	Una, para inversores y para contar la ubicación, con el acceso y lo que queda a mano.
07 Película o 360	Un formato en movimiento antes de abrir: una película corta para la presentación y las redes, o 360 de dos habitaciones para la web de reservas.
08 Reuniones y zonas de servicio	Déjelas para el dossier técnico del operador, salvo que los eventos generen los ingresos.
09 Calendario	Imágenes para inversores antes de la ronda de financiación, para el operador antes de la aprobación de marca y para huéspedes antes de abrir el motor de reservas.



Render de producción de Maverick Frame.

LA ÚNICA PÁGINA

El brief para un hotel que aún no ha abierto

No necesita una especificación para empezar. Media página como esta, a menudo en el cuerpo de un correo, nos basta para presupuestar el set y empezar con la llegada. Diga quién tiene que dar el sí y cuándo; deje el trabajo de cámara a quienes lo hacen cada día.

01	El proyecto	Una línea: hotel, resort, cafetería o club, número de habitaciones, restauración. Adjunte planos o el modelo del arquitecto.
02	Quién da el sí ahora	Inversores, un banco, una marca operadora o los primeros huéspedes. Decide por dónde empieza el set.
03	La fecha que importa	La reunión de financiación, la aprobación de marca o el día en que se abren las reservas.
04	El posicionamiento	La marca operadora o el huésped para el que construye, y la tarifa que espera.
05	Las dos habitaciones	El tipo que llena el hotel y el que fija la tarifa.
06	El interiorismo	Los moodboards del diseñador y el listado de FF&E, aunque no estén cerrados.
07	El servicio estrella	Piscina, spa, pista de pádel o club de playa. El que sostiene la tarifa.
08	Comida y bebida	El local que recordarán los huéspedes, y cuándo tiene más movimiento.
09	Formato en movimiento	Una película corta o 360, y dónde se publicará.
10	El presupuesto	Una cifra o un rango. Es el camino más rápido a un set que encaje.

Adjunte lo que ya exista

- ☐ Planos o el modelo del arquitecto, y el cuadro de habitaciones
- ☐ Los moodboards y materiales del interiorista
- ☐ Fotos de la parcela o de dron, aunque sean del móvil
- ☐ El manual de marca del operador, si ya hay uno firmado

Piense en el huésped, no en el edificio

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

Cuenta con nosotros antes de la financiación

Los encargos más caros se hacen cuando un primer proveedor ya ha fallado la presentación. Escribanos mientras la reunión 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 comercial	maverickframe.com/es/servicios/render-comercial/
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.