



GUIA PRÁTICO / EDIÇÃO 2026

Quem compra na planta decide por oito imagens. Você pagou **vinte e duas.**

Um pedido típico de pré-lançamento de um empreendimento residencial, com preço imagem por imagem, e o kit de campanha de oito imagens, escalonado do lançamento à obra, por US\$ 6.800.

COMECE AQUI

Vinte e duas imagens. Oito fazem a venda.

Quem compra na planta reserva um apartamento pelo qual ainda não pode caminhar. A decisão sai de uma sequência curta de imagens: o prédio, onde ele fica, o ambiente em que a pessoa viveria e a vista que teria dali. Todo o resto do folder serve para dar segurança.

A maioria dos pedidos de pré-lançamento é escrita ao contrário. O projeto do arquiteto lista cada fachada, cada tipologia e cada item de lazer, então o pedido também lista, e tudo é encomendado de uma vez antes do lançamento. Vinte imagens ou mais chegam juntas, a maioria nunca sai da pasta, e as duas que o comprador pede quando o preço já está na mesa muitas vezes não estão entre elas.

EM TORNO DO QUE O PEDIDO É MONTADO

O QUE O COMPRADOR ESTÁ DECIDINDO

01	Cada fachada de cada torre	Se aquilo parece um lugar para voltar para casa. Uma imagem principal, de dia e ao entardecer.
02	Cada tipologia, decorada	A unidade que ele está reservando. A tipologia que mais vende leva os interiores; o resto pode esperar.
03	Cada item de lazer do folder	O item de lazer que justifica o preço do metro quadrado.
04	Um filme de lançamento, pedido junto com as imagens	A vista da varanda dele e o caminho da rua até a porta de casa.

O comprador não compra a arquitetura. Compra uma manhã no apartamento.

As fachadas respondem às perguntas da prefeitura. A sala, o quarto e a varanda respondem às do comprador, e são as imagens que o time de vendas usa todos os dias da campanha.



Render de produção da Maverick Frame.

O ORÇAMENTO

O que a incorporadora pede, e o que vende

Abaixo, um composto dos pedidos de pré-lançamento que vemos para um empreendimento de cerca de 120 apartamentos em três torres, a valores médios de estúdio no mercado. Cada linha é um pedido razoável. A segunda coluna registra o que cada imagem fez quando a campanha começou.

	PEDIDO ANTES DO LANÇAMENTO	NA CAMPANHA	A VALORES DE ESTÚDIO
01	Fachada principal, de dia e ao entardecer (2)	vendeu	US\$ 1.100
02	Aérea com a localização (1)	vendeu	US\$ 600
03	Acesso e hall, pátio com piscina (2)	vendeu	US\$ 1.050
04	Sala da tipologia mais vendida (1)	vendeu	US\$ 550
05	Mais quatro ângulos externos, um por fachada	sem uso	US\$ 1.800
06	Versões noturnas de duas fachadas	sem uso	US\$ 900
07	Salas de outras quatro tipologias	usada uma vez	US\$ 2.000
08	Cozinhas e banheiros, três vistas	sem uso	US\$ 1.200
09	Academia e espaço de coworking	sem uso	US\$ 900
10	Segunda aérea, ângulo do masterplan	sem uso	US\$ 600
11	Um voo de 90 segundos	após o lançamento	US\$ 7.500
12	Seis panoramas 360 de um apartamento	cedo demais	US\$ 3.000
	Seis imagens que venderam o lançamento		US\$ 3.300
	Dezesseis imagens sem uso ou usadas uma vez		US\$ 7.400
	Filme e panoramas, comprados antes de existir o decorado		US\$ 10.500
	Duas das oito que vendem, faltando, pedidas depois com taxa de urgência		+ US\$ 1.400

O que a incorporadora pagou

US\$ 22.600

O kit de campanha de oito imagens, com filme curto

US\$ 6.800

US\$ 22.600 compraram seis das oito imagens que vendem.

As duas que faltaram eram a vista de uma varanda e a suíte da tipologia mais vendida. Foram pedidas às pressas depois de abertas as reservas, com taxa de urgência, a partir de um modelo já construído para vinte e duas outras vistas.

O KIT DA CAMPANHA

Oito imagens, pedidas na ordem em que vende

Encomende o kit em etapas, seguindo o cronograma de vendas, e não num único pedido antes do lançamento. O modelo é construído uma vez para a imagem principal, então cada imagem seguinte sai dele rápido e sem remodelagem.

ETAPA	IMAGEM, E O TRABALHO QUE FAZ	CUSTO
Antes do lançamento	Fachada principal, de dia. Tapume, banner do portal e capa do folder. Peça primeiro, sozinha.	US\$ 550
Antes do lançamento	Fachada principal ao entardecer. A mesma câmera, iluminada. Vende a noite e se sustenta num tapume.	US\$ 550
Antes do lançamento	Aérea com a localização. O parque, o metrô, o mar: quanto vale o endereço.	US\$ 600
Reservas	Sala da tipologia mais vendida. O ambiente que o comprador imagina primeiro.	US\$ 550
Reservas	Suíte, mesma unidade. A segunda pergunta quando o preço já é conhecido.	US\$ 500
Reservas	A vista de uma varanda em altura típica. O que o ágio por andar paga.	US\$ 500
Reservas	Acesso e hall. O caminho da rua até a porta.	US\$ 500
Reservas	O lazer que define o preço. Piscina, pátio ou rooftop. Um deles.	US\$ 550
Obra	Um filme de 30 segundos do mesmo modelo. Mantém a campanha andando enquanto o terreno só mostra um guindaste.	US\$ 2.500
Depois, se precisar	Uma segunda tipologia. Só quando uma tipologia estiver vendendo devagar, nunca antes.	US\$ 500 cada

Oito imagens: US\$ 4.300. Com o filme: US\$ 6.800.

Pagas ao longo do cronograma, e não antes do lançamento. Se o stand de vendas tiver uma tela, três panoramas 360 do apartamento decorado (cerca de US\$ 1.500) podem substituir o filme na fase de obra. Escolha um formato em movimento, não os dois.



Render de produção da Maverick Frame.

A PÁGINA ÚNICA

O briefing para um lançamento imobiliário

Você não precisa de uma especificação para começar. Meia página como esta, muitas vezes no corpo de um e-mail, basta para orçarmos o kit da campanha e começarmos a imagem principal. Diga o que você está vendendo e quando; deixe o trabalho de câmera para quem faz isso todos os dias.

01	O empreendimento	Uma linha: torres, número de unidades, localização. Anexe o projeto ou o modelo do arquiteto e diga qual versão está valendo.
02	O cronograma de vendas	Lançamento, reservas, início de obra, entrega das chaves. Escalonamos o pedido por essas datas.
03	O comprador	Primeiro imóvel, famílias, quem está trocando por algo menor ou investidores. Isso decide a unidade e a luz.
04	A unidade que vende	A tipologia que você espera vender mais, ou que mais precisa vender. Ela leva os interiores.
05	A vista principal	Marcada na implantação. Dois minutos aqui economizam uma rodada de revisão.
06	A varanda	De qual andar e para qual direção um comprador típico olha. Uma foto de drone nessa altura ajuda.
07	O lazer	O que justifica o preço: piscina, pátio ou rooftop.
08	Os acabamentos	O memorial descritivo ou o moodboard do decorado, mesmo inacabado.
09	Onde vai rodar	Tamanho do tapume, portais, folder, a tela do stand de vendas.
10	O orçamento	Um valor ou uma faixa. É o caminho mais rápido para um kit sob medida.

Anexe o que já existir

- ☐ O projeto ou o modelo do arquiteto, e o mix de unidades com as áreas
- ☐ O memorial de acabamentos ou o moodboard do decorado
- ☐ Fotos de drone ou do terreno, mesmo feitas no celular
- ☐ O nome, o logo e o layout do folder do empreendimento, se a agência já tiver

Diga a intenção, não o detalhe

Conte quem compra e quando você lança. Um briefing que fixa cada lente e cada altura de câmera é seguido ao pé da letra, e isso aparece nas imagens.

Fale com a gente antes da data do tapume

Os pedidos mais caros são feitos depois que um primeiro fornecedor perdeu o lançamento. Mande o briefing enquanto o lançamento ainda é só uma data na agenda.

QUANTO CUSTA

Preços de mercado e condições, para conferir qualquer orçamento

Faixas que vemos no mercado em 2026, do freelancer ao estúdio. Use-as para conferir qualquer orçamento, inclusive o nosso.

TRABALHO CONTRATADO	FREELANCER	ESTÚDIO
Imagem externa, avulsa	US\$ 100 - 300	US\$ 250 - 600
Imagem interna, avulsa	US\$ 120 - 350	US\$ 300 - 700
Pacote de 5 - 8 vistas	US\$ 600 - 1.500	US\$ 1.500 - 4.000
Animação, por minuto	US\$ 1.000 - 3.000	US\$ 3.000 - 8.000

Nossos prazos e condições de revisão padrão. É o que orçamos, a menos que o projeto precise de outra coisa, e nesse caso avisamos antes de começar.

ETAPA OU ENTREGA	PADRÃO MAVERICK FRAME
Primeiro rascunho de uma imagem	De 3 a 5 dias úteis a partir de um briefing completo
Imagens finais, pacote de 5 - 8	De 2 a 3 semanas, rascunhos incluídos
Animação de até um minuto	De 4 a 6 semanas, com storyboard e prévia primeiro
Rodadas de revisão incluídas	Duas na fase de rascunho, uma na imagem final
O que conta como rodada	Uma lista consolidada de comentários, enviada de uma vez
Entrega urgente	Metade do prazo por cerca de 40% a mais, quando a agenda permite

Tenha um estúdio definido antes que o prazo pegue fogo

Os projetos mais caros que vemos não são os de briefing fraco. São os contratados no desespero, depois que o primeiro fornecedor falhou e a data de lançamento não mudou. Avalie um ou dois estúdios enquanto nada é urgente.

Uma nota sobre equipe interna: um único artista 3D precisa de umas dez assinaturas de software, uma workstation e várias habilidades vizinhas, da modelagem e iluminação à pós-produção e ao atendimento ao cliente. Só compensa quando essa pessoa tem trabalho todos os dias. Abaixo disso, a conta favorece a terceirização por si só.

PRÓXIMO PASSO

Mande o que você já tem

Plantas, um modelo, fotos ou um rascunho de briefing, do jeito que estiverem. Respondemos com escopo, preço e as perguntas que definem os dois, por escrito, sem ligação de vendas.

O formulário de contato	maverickframe.com/contacts/
Empreendimentos residenciais	maverickframe.com/pt-br/servicos/maquete-eletronica-empreendimentos/
Ou simplesmente	responda ao e-mail em que este guia chegou.

Escrito por quem lê esses briefings

Dim Kuzmenko é cofundador da Maverick Frame Studio. Os números deste guia vêm da nossa própria caixa de entrada e da nossa própria tabela de preços, não de uma pesquisa do setor.