



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Del local vacío al día de la apertura, un solo modelo.

Qué diseñar y renderizar en cada fase de una tienda nueva, a quién convence y qué traslada el modelo 3D a la fase siguiente, para que nunca pague dos veces por la misma tienda.

EMPIECE AQUÍ

Por qué las tiendas nuevas pagan dos veces sus imágenes

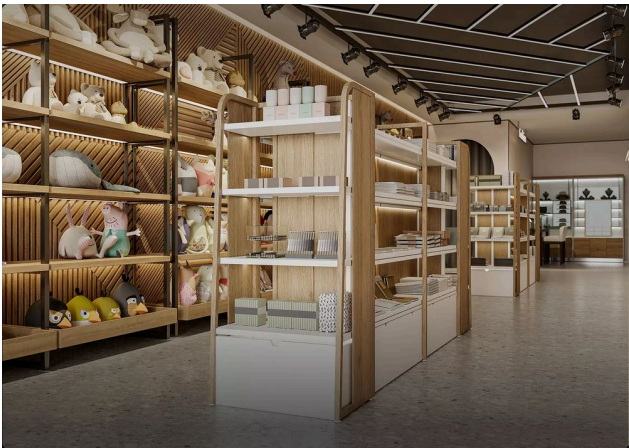
La mayoría de las tiendas nuevas compran las imágenes por partes: un moodboard para el plan de negocio, un layout del proveedor de mobiliario, unos renders para el propietario y fotos de banco de imágenes para las publicaciones de apertura. Cada parte la hace alguien distinto, a partir de una versión distinta de la tienda.

El resultado es una tienda que se ve distinta en cada documento. El banco ve una sala de ventas, el centro comercial otra y los primeros clientes entran en una tercera. Cada pieza nueva empieza de cero, así que la misma tienda se modela y se paga una y otra vez.

COMPRADO POR PARTES		CONSTRUIDO COMO UN SOLO MODELO	
01	Un moodboard que nadie puede presupuestar	Una distribución 3D con mobiliario, exhibidores y materiales desde la primera semana	
02	Imágenes para el plan de negocio que muestran un ambiente	Vistas de la fachada, la sala de ventas y el exhibidor principal que muestran el negocio	
03	El layout del proveedor, pensado para sus estanterías	Una distribución neutral, con el mobiliario que usted elija añadido después	
04	Fotos de banco de imágenes para la campaña de apertura	Publicaciones para redes y un vídeo promocional de su propia tienda, antes de que exista	

El modelo 3D es el activo. Las imágenes son el resultado.

Una vez diseñada y modelada la tienda, cada fase nueva solo necesita vistas nuevas, no una tienda nueva. Por eso la primera fase es la cara y cada una de las siguientes cuesta menos.



Renders de diseño de tiendas de Maverick Frame: una tienda de juguetes y libros y una boutique en maqueta blanca.

LA HOJA DE RUTA

Qué diseñar en cada fase y a quién debe convencer

Las cinco fases son las mismas de nuestra página de diseño de tiendas. Para cada una: qué se diseña y se renderiza, quién tiene que dar el sí y qué hereda la fase siguiente en lugar de rehacerlo.

FASE	DISEÑO Y RENDER	QUIÉN DA EL SÍ	PASA A LA SIGUIENTE
Concepto	El concepto de la tienda, la distribución, el mobiliario, los materiales y una primera imagen de la sala de ventas	Usted y sus socios	El modelo 3D y la distribución
Financiación	Vistas de la fachada, la sala de ventas y el exhibidor principal para el plan de negocio y la presentación	Banco, inversores, franquiciador	Los materiales aprobados y las vistas
Aprobación	Vistas de fachada, rótulo e interior según el manual de diseño del centro comercial o del propietario	Propietario, centro comercial, ayuntamiento (licencia del rótulo)	Una fachada que todos han aprobado
Adecuación	Vistas del mobiliario, el mostrador y los exhibidores con cotas para presupuestar la adecuación	Contratista, fabricantes de mobiliario	Una distribución que todos han presupuestado
Apertura	Teasers de escaparate, publicaciones para redes, creatividades para anuncios y un vídeo promocional de la tienda	Sus primeros clientes	Un archivo de imágenes de lanzamiento de su propia tienda

Empiece donde está

Si ya tiene un diseño de un diseñador de retail o de un arquitecto, empiece en Financiación y envíenos los planos: modelamos la tienda a partir de ellos. Si solo tiene un local y un manual de marca, empiece en Concepto, porque la diseñamos con usted.

Nosotros diseñamos el concepto y la distribución y producimos las imágenes. Los planos de ejecución y de licencia siguen en manos de su arquitecto o su contratista, y las campañas de publicidad en las de su responsable de marketing; trabajamos junto a ellos.



Renders de diseño de tiendas de Maverick Frame: el mostrador de un pop-up y una fachada.

LO QUE CUESTA

Una tienda nueva, del concepto a la apertura

Ejemplo compuesto: una boutique nueva de unos 150 m² con fachada, probadores y una zona de descanso, diseñada a partir de un local vacío. Las horas son horas de producción del estudio; el porcentaje muestra a dónde va el presupuesto de imágenes, fase a fase.

FASE Y CONJUNTO		QUÉ SE PRODUCE	HORAS
01	Concepto: distribución 3D y plano	1 vista grande	24 h
02	Concepto: primera imagen de la sala de ventas	2 vistas	20 h
03	Financiación: fachada, sala de ventas, exhibidor principal	3 vistas, modelo reutilizado	30 h
04	Aprobación: fachada y rótulo según el manual	2 vistas	24 h
05	Adecuación: mobiliario, mostrador y exhibidores	3 vistas, modelo reutilizado	30 h
06	Apertura: imágenes para redes y anuncios	6 imágenes	40 h
07	Apertura: vídeo promocional	20 segundos	40 h
Concepto 21%, financiación 14%, aprobación 12%			98 h
Adecuación 14%, apertura 39%			110 h

Del concepto a la apertura, un solo modelo208 h

En calendario, si las decisiones se toman a tiempounas 8 semanas

1

MODELO 3D PARA TODAS LAS FASES

5

FASES, UN SOLO DISEÑO

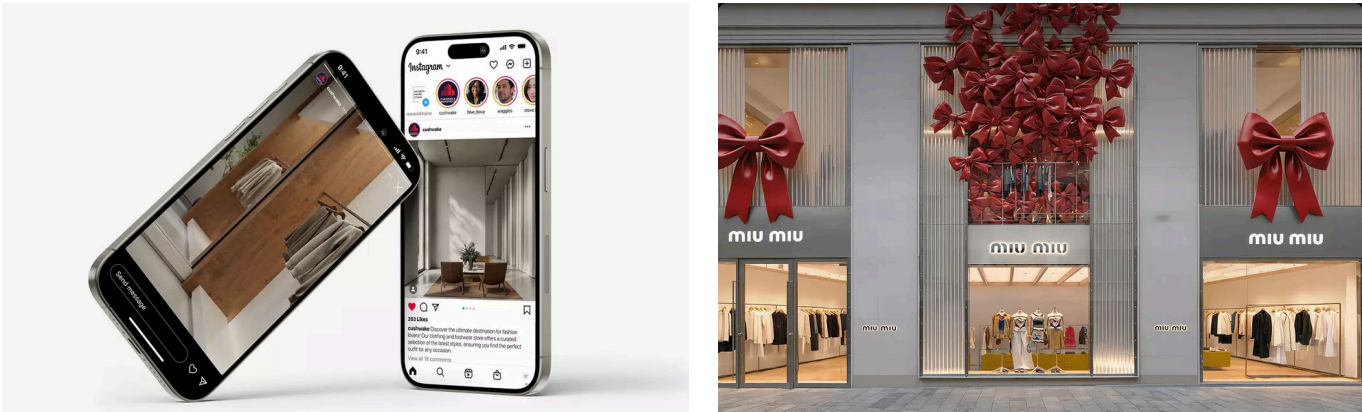
21%

DEL PRESUPUESTO CONSTRUYE EL MODELO

39%

VA AL LANZAMIENTO DE LA APERTURA

Un diseño ya existente, una tienda más pequeña o prescindir del vídeo promocional reducen las horas. Varios conceptos, una tienda insignia de dos plantas o el despliegue en varias tiendas de una cadena las aumentan. Díganos su fecha de apertura y planificamos las fases hacia atrás desde ella.



Imágenes de tiendas de Maverick Frame: publicaciones de una tienda en un móvil y una campaña navideña en una fachada.

LA PÁGINA CLAVE

Qué enviarnos en cada fase

Las marcas y los dueños de tiendas con los que trabajamos no envían especificaciones largas. En cada fase envían unas pocas cosas como estas, normalmente en el cuerpo de un correo, y basta para presupuestar y empezar.

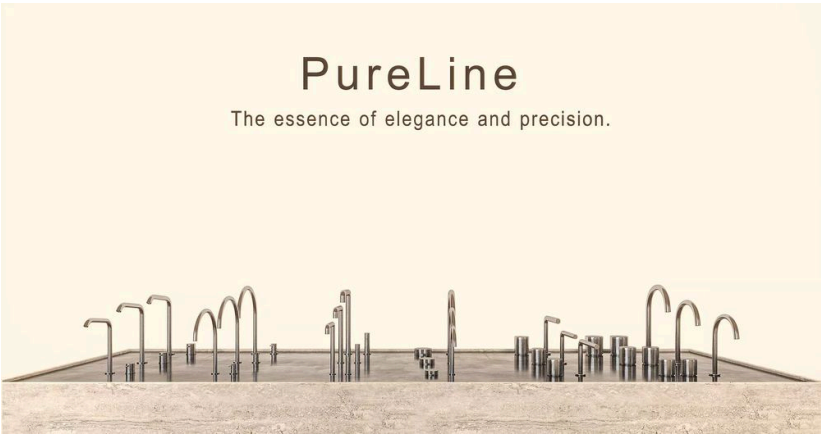
01	Concepto: el espacio	El plano del local o un croquis con medidas, altura libre, pilares y fotos del espacio vacío.
02	Concepto: la tienda	Qué vende, quiénes son sus clientes, el manual de marca y dos o tres tiendas que le gusten.
03	Concepto: el mobiliario	El presupuesto de un contratista o de un fabricante de mobiliario; o déjelo en nuestras manos y mantenga la neutralidad de marca.
04	Financiación: el plan	Quién lee el plan de negocio o la presentación, y la fecha en que sale.
05	Aprobación: el centro comercial	El manual de diseño del propietario o del centro comercial, las normas de fachada y rotulación y las fechas de revisión.
06	Adecuación: el contratista	Quién presupuesta la adecuación y qué vistas o cotas necesita.
07	Apertura: la marca	Logotipo, colores y canales: Instagram, anuncios, la web, el escaparate.
08	Expansión: la siguiente tienda	Las nuevas ubicaciones previstas, para construir el modelo pensando en reutilizarlo.
09	Todas las fases: la fecha	La firma del alquiler, la reunión con el banco, la revisión del centro comercial o el día de la apertura. Planificamos hacia atrás desde ella.

Una tienda nueva, el mismo modelo

Si diseñamos su primera tienda, la siguiente empieza con un solo correo: el plano del nuevo local. Los materiales, el mobiliario y la marca ya están contruidos y aprobados.

Lo que responderíamos nosotros

Nuestras tarifas y condiciones están en la página siguiente, para que pueda contrastar las horas de arriba con cualquier presupuesto.



Renders de diseño de tiendas de Maverick Frame: un tocador de maquillaje y el expositor de una marca de grifería.

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 local y la fecha de apertura

Un plano del local, fotos del espacio vacío, su manual de marca o solo unas líneas sobre la tienda que quiere abrir, 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 tiendas y visualización 3D**maverickframe.com/es/soluciones/disenio-de-tiendas/**O simplemente**

responda 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.