



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Presupuestamos el brief que le escribió ChatGPT. Salió en **\$67.467.**

Diez requisitos que nadie necesita, presupuestados línea a línea a precios de mercado, y la versión de una página con la que el mismo edificio se renderiza por \$3.400.

EMPIECE AQUÍ

No es su brief. Es el del modelo.

Casi todas las consultas que nos llegan ya vienen con una especificación redactada por un modelo de lenguaje. Son largas, seguras de sí mismas y bien organizadas, y citan un presupuesto que no cubriría ni una décima parte de lo que piden. El cliente no está siendo poco razonable. Pidió un brief exhaustivo y recibió exactamente eso.

Un modelo de lenguaje optimiza la exhaustividad, porque la exhaustividad es lo que parece una buena respuesta. No sabe que cuatro de esas líneas concentran la mayor parte del coste, y nunca ha tenido que presupuestar una. Así que anota todo lo que un proyecto de visualización puede contener en teoría, y el resultado es un documento completo, coherente y impagable.

LO QUE OPTIMIZA EL MODELO		LO QUE DECIDE DE VERDAD SU PRECIO	
01	Cubrir todas las posibilidades	Cuatro o cinco decisiones. El resto es redondeo.	
02	Sonar concreto	Nombrar los productos que de verdad hay que modelar y admitir cuáles pueden salir de una biblioteca.	
03	Enumerar todos los formatos de entrega	Qué formatos va a publicar realmente. Las panorámicas y la RV son productos aparte, no exportaciones gratuitas.	
04	Protegerle con una redacción contundente	'Revisiones ilimitadas' y 'derechos perpetuos en todo el mundo' son las dos frases más caras del documento.	

El brief no describe el proyecto. Lo decide.

Envíe la misma especificación a cuatro estudios y recibirá cuatro presupuestos distintos, todos honestos. No están presupuestando su edificio. Están presupuestando el documento, y el documento pedía once cosas que usted nunca va a publicar.



Render de producción de Maverick Frame.

EL PRESUPUESTO

Lo que cuesta si lo tomamos al pie de la letra

Abajo, un compuesto de las especificaciones que recibimos este año, presupuestado a tarifas medias de estudio. Nada está inflado y nada es inventado: cada línea apareció en un brief que alguien nos envió con un presupuesto de cinco cifras.

	PARTIDA	BASE	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Doce vistas exteriores, de día	12 x \$425	\$5.100
02	Las mismas doce vistas al anochecer y de noche	24 x \$425	\$10.200
03	Cuatro variantes estacionales de la vista principal	3 x \$425	\$1.275
04	Seis vistas aéreas y de plan director	6 x \$550	\$3.300
05	Ocho vistas interiores 'para dar contexto'	8 x \$500	\$4.000
06	Un recorrido animado de 60 segundos	1 min	\$5.500
07	Seis panorámicas de 360 grados	6 x \$600	\$3.600
08	Un recorrido interactivo preparado para RV	desarrollo	\$6.000
09	Cada producto nombrado, modelado según planos del fabricante	sin biblioteca	\$7.500
10	Edificios vecinos levantados y vegetación real	entorno	\$3.500
	Subtotal		\$49.975
	'Revisiones ilimitadas hasta la plena satisfacción'		+ \$12.494
	Derechos perpetuos en todo el mundo, socios incluidos		+ \$4.998
	Lo que pide el brief		\$67.467
	Lo que necesita el mismo edificio		\$3.400

\$67.467 es una avioneta monomotor de segunda mano.

Es el precio honesto del documento, no una cifra para asustar. La diferencia no es margen de negociación ni un descuento esperando a que alguien lo pida. Son diez entregables que nunca hicieron falta, dentro de un brief que nadie revisó.

LÍNEA A LÍNEA

Las nueve líneas que se llevan el dinero

Elimine o reescriba estas nueve y la cifra baja alrededor de un noventa por ciento, sin perder ni una sola imagen que fuera a publicar.

EN EL BRIEF	QUÉ ESCRIBIR EN SU LUGAR
01 Día, anochecer y noche de cada vista	Elija un estado de luz por vista y dos encuadres al anochecer para la principal. Reiluminar una escena es una imagen nueva a tarifa completa, no un interruptor.
02 Cuatro estaciones	Elija la estación en la que vende. Las variantes estacionales son un segundo encargo, mejor cuando el primer juego ya ha demostrado su valor.
03 Vistas interiores 'para dar contexto'	Diga si está vendiendo el interior. Si no, quítelas por completo; son otra disciplina y se presupuestan aparte.
04 Panorámicas, RV y animación junto a las imágenes fijas	Nombre el único formato en movimiento que va a publicar y dónde se verá. Cada uno es un producto propio, con sus propios requisitos de modelo.
05 Cada producto modelado con exactitud	Enumere los elementos que un comprador reconocería por su nombre. Todo lo demás puede ser atrezzo de biblioteca y nadie lo notará.
06 Entorno levantado y vegetación real	Diga si los vecinos importan para la venta. Un entorno real levantado cuesta varias veces más que uno genérico.
07 'Revisiones ilimitadas hasta la plena satisfacción'	Pida un número definido de rondas y defina qué es una ronda: una tanda consolidada de comentarios, no cada comentario por separado.
08 Derechos perpetuos en todo el mundo, socios incluidos	Indique dónde y durante cuánto tiempo va a publicar. Compre el resto más adelante si algún socio lo pide.
09 Una cifra de presupuesto sin alcance	Dé el presupuesto y deje que el estudio le diga qué cabe dentro. Esa sola frase sustituye a la mayor parte del documento.

LA PÁGINA QUE IMPORTA

Lo que las marcas nos envían de verdad

Los clientes cuyos logotipos aparecen en nuestras páginas de servicios no envían pliegos de especificaciones. Envían algo muy parecido a esto, normalmente en el cuerpo de un correo, y basta para presupuestar y empezar a trabajar.

01	El edificio	Una línea, más planos o un modelo si los tiene. Diga cuál manda.
02	Para qué es	Ventas, licencia, una presentación a inversores, un concurso. Esto decide los ángulos.
03	Cuántas imágenes	Un número. Si no está seguro, diga qué va a publicar y dónde.
04	Qué vistas importan	Márquelas en el plano. Dos minutos aquí ahorran una ronda de revisión.
05	Hora del día	Una por vista. Indique la imagen principal si la hay.
06	Qué tiene que ser exacto	Los productos, acabados o elementos con nombre que un comprador reconocería.
07	Entorno	Si importan los vecinos y la vegetación real, o basta con un entorno genérico.
08	Dónde se publicará	Impresión, web, una lona de obra, un portal. Define resolución y derechos.
09	La fecha en que lo necesita	La real, no la cómoda.
10	El presupuesto	Una cifra o un rango. No es una debilidad; es el camino más corto hacia un alcance que encaje.

Envíelo sin terminar

Un brief con tres de estas respuestas vale más que uno completo escrito por un modelo. Las respuestas que faltan vuelven como cuatro preguntas, y esas cuatro preguntas son la conversación que decide el precio.

Guarde el modelo para la respuesta

Los modelos de lenguaje leen bien un presupuesto y le dicen qué le falta. Esa es la mitad del trabajo que merece la pena dejarles.

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 exterior	maverickframe.com/es/servicios/render-exterior/
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.