



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Seis imágenes venden una casa sobre plano. **Nueve** no las mira nadie.

El pedido de quince imágenes que suele hacer un promotor, presupuestado línea a línea, y las seis imágenes que sostienen de verdad una venta antes de echar los cimientos.

EMPIECE AQUÍ

Nadie puede visitarla. Seis imágenes la enseñan.

Una casa sobre plano se vende antes de que nadie pueda entrar en ella, así que las imágenes hacen el trabajo de una visita. Una visita sigue un recorrido: la calle, la puerta de entrada, la cocina, el jardín, el dormitorio principal. Las imágenes que venden son las de ese recorrido. Todo lo demás es documentación.

Constructores y promotores suelen encargar a partir del juego de planos: una vista por alzado, una por estancia. Parece exhaustivo y queda bien en un expediente de licencia. Pero un portal inmobiliario muestra la primera imagen en grande y el resto en un carrusel, y una doble página de folleto admite tres. El pedido crece, y las imágenes de más esperan en una carpeta.

ENCARGADO DESDE LOS PLANOS		ENCARGADO DESDE LA VISITA	
01	Una vista por alzado	La fachada a la calle y el jardín. Un alzado lateral no vende nada.	
02	Todos los dormitorios	El dormitorio principal. Los demás son la misma estancia con otra cama.	
03	Lavadero, recibidor y despacho	Nada. Un plano de planta demuestra que existen, y cuesta una fracción de un render.	
04	Una aérea 'para completar'	Una aérea solo si la parcela o el barrio son el argumento de venta.	

El anuncio lo decide la primera imagen.

En un portal, la imagen principal es la única que se ve a tamaño completo antes de que el comprador haga clic. Merece el presupuesto, una versión al anochecer y el máximo cuidado. Un tercer dormitorio, no.



Render de producción de Maverick Frame.

EL PRESUPUESTO

Quince imágenes encargadas. Seis hicieron la venta.

Abajo, un compuesto de un pedido típico para una casa unifamiliar aislada de cuatro dormitorios vendida sobre plano, a tarifas medias de estudio. Cada imagen es una petición razonable. La segunda columna indica si llegó al anuncio y al folleto.

	IMAGEN	EN EL ANUNCIO	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Fachada a la calle, de día	vende	\$500
02	Fachada al anochecer, luces encendidas	vende	\$500
03	Jardín trasero y terraza	vende	\$450
04	Cocina y salón abiertos	vende	\$550
05	Dormitorio principal	vende	\$450
06	Baño principal	vende	\$450
07	Alzado lateral	descartada	\$400
08	Segundo ángulo de calle	descartada	\$450
09	Acceso de coches y garaje	descartada	\$400
10	Recibidor	descartada	\$400
11	Dormitorio dos	descartada	\$400
12	Dormitorio tres	descartada	\$400
13	Lavadero	descartada	\$350
14	Despacho	descartada	\$400
15	Aérea de la parcela	descartada	\$600
	Seis imágenes que hicieron la venta		\$2.900
	Nueve imágenes que nadie miró		\$3.800
	Lo que costaron las quince		\$6.700
	Lo que costaron las seis		\$2.900

\$3.800 es la siguiente tipología, ya renderizada.

Las nueve imágenes descartadas se hicieron con el mismo cuidado que las seis. Invertido en las seis de una segunda tipología, o en una película corta de la cocina y el jardín, el mismo dinero trabaja para la venta en lugar de para el archivo.

LÍNEA A LÍNEA

Las seis que venden y cómo plantear cada una

Plantee bien estas seis y el resto del set pasa a ser opcional. Las tres últimas líneas dicen qué hacer con el presupuesto que libera.

LA IMAGEN	QUÉ INDICAR EN EL BRIEF
01 Fachada a la calle, de día	Cámara a la altura de los ojos de alguien en la acera, no un dron. Nombre el ladrillo, el revestimiento y la teja; es lo que el comprador contrasta con la vivienda piloto.
02 Fachada al anochecer	La misma cámara, con las luces interiores encendidas. Suele ser la mejor imagen principal para el portal, así que pida un encuadre panorámico y uno cuadrado del mismo render.
03 Jardín trasero y terraza	Muestre el jardín tal como se entregará y diga después si quiere plantación madura. Un jardín que el comprador no va a recibir acaba siendo una reclamación.
04 Cocina y salón	La estancia que la gente compra. Fije la encimera, el acabado de los muebles y el suelo antes de modelar; es la vista que más cambia en las revisiones.
05 Dormitorio principal	La ventana, la pared del cabecero y las vistas. Diga si la vista tiene que ser la real; puede que la parcela de al lado aún no esté construida.
06 Baño principal	Azulejo, grifería y luz. Es una vista cercana, así que los productos especificados se ven: nómbrelos o acepte equivalentes de biblioteca.
07 Las otras nueve	Sustitúyalas por un plano de planta amueblado. Enseña dónde están el lavadero y el despacho por una fracción de un render.
08 Más tipologías	En una promoción, renderice las seis de cada tipología en lugar de quince de la primera. El comprador compara tipologías, no estancias.
09 El orden de trabajo	Encargue primero la fachada a la calle, apruébela y después el resto. Materiales y luz se cierran en una imagen, y las demás salen más rápido.

LA PÁGINA QUE IMPORTA

Lo que nos envían de verdad los promotores

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

01	La casa	Tipología, número de parcelas y planos. Indique qué juego es el vigente.
02	Dónde se venderá	Portal, folleto, valla de obra, piso piloto. Define encuadres y resolución.
03	Las seis vistas	O su propia versión de ellas, con la principal señalada.
04	Materiales exteriores	Ladrillo, revestimiento, cubierta y carpinterías, como productos con nombre si los tiene.
05	Cocina y baño	Los acabados, o 'biblioteca, similar' donde no haya nada fijado.
06	El jardín	Tal como se entrega, o con plantación madura. Diga cuál.
07	Entorno	Una foto del solar, los vecinos reales o una calle genérica.
08	Hora del día	Día para el set, anochecer para la imagen principal.
09	La fecha de lanzamiento	La real, cuando el anuncio se publique.
10	El presupuesto	Una cifra o un rango. Es el camino más corto hacia un set que encaje.

Seis ahora, más en el lanzamiento

Encargue las seis antes de salir a la venta y añada imágenes cuando sepa qué tipología se vende más despacio. Para entonces el modelo ya está hecho, así que las vistas extra se añaden rápido.

Renderice lo que va a entregar

El comprador compara la casa terminada con el folleto. La imagen que prometía un jardín maduro o un acabado que se recortó por presupuesto es la que trae el día de la entrega de llaves.

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.