



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Quédese la imagen hero. Pásenos las sesenta que van detrás.

Cómo usa un equipo de marca interno un estudio externo en un pico de lanzamiento: qué conservar, qué delegar, un set de refuerzo presupuestado y las líneas del traspaso que deciden si encaja con su look.

EMPIECE AQUÍ

El pico llega antes que la ayuda

Un estudio interno está dimensionado para el mes normal. Entonces llega un lanzamiento: productos nuevos, cada color, escenas de lifestyle, archivos para la web y para los retailers, todo para la misma fecha. El equipo no necesita un nuevo director de arte. Necesita más manos detrás del que ya tiene.

Los equipos suelen equivocarse de dos maneras. Buscan ayuda cuando el pico ya ha empezado, y la primera semana se va en explicar el look a gente que nunca lo ha visto. O delegan la parte equivocada: la imagen hero que más les importa se va al estudio externo, mientras su propio equipo pasa el lanzamiento con los packshots y colores que más fácil sería delegar. Las dos cuestan dinero, y la segunda le cuesta a la marca su mejor trabajo.

LO QUE CONSERVA SU EQUIPO	LO QUE DELEGAR EN UN ESTUDIO
01 La dirección de arte y la imagen hero	La gama que va detrás: ángulos, colores, detalles, imágenes de lifestyle.
02 El look, tal como lo define su equipo	Un render terminado y fiel a la marca que igualar, y su archivo de escena si lo tiene.
03 La aprobación final, en su propia herramienta de revisión	Borradores entregados en esa herramienta, con su nomenclatura y en sus tamaños.
04 El manual de marca	Las páginas que se aplican a la imagen de producto y las reglas que nunca se doblan.

Incorpore al estudio entre picos, no durante uno.

La ayuda externa más cara es la que se encuentra con prisas. Un encargo pequeño en un mes tranquilo le enseña a un estudio su look, y el siguiente lanzamiento empieza el primer día en vez de la segunda semana.



Render de producción de Maverick Frame.

EL SET DE REFUERZO

Un pico de lanzamiento, línea a línea

Un compuesto del refuerzo de lanzamiento que nos confían los equipos internos: seis productos nuevos, sesenta imágenes y un archivo 3D de cada uno, a nuestra tarifa publicada de \$45 por hora. Su equipo se queda con las imágenes hero. La fila 01 se paga una vez y sirve para cada lanzamiento posterior.

PARTIDA		BASE	A \$45 POR HORA
01	Ajuste de estilo: uno de sus renders rehecho con su luz, óptica y etalonaje	12 h, una vez	\$540
02	Modelos de producto desde su CAD, seis productos	6 x 8 h	\$2.160
03	Packshots sobre su fondo, tres ángulos cada uno	18 x 3 h	\$2.430
04	Colores, dos por producto, frontal y tres cuartos	24 x 0,5 h	\$540
05	Imágenes de lifestyle en los entornos de su marca	6 x 10 h	\$2.700
06	Primeros planos de detalle: materiales, cierres, texturas	12 x 2 h	\$1.080
07	Archivos 3D para visores web y AR, GLB y USDZ	6 x 3 h	\$810
08	Entrega según su especificación: nombres, tamaños, perfil de color	8 h	\$360
Ajuste de estilo, fila 01, pago único			\$540
Producción del lanzamiento, filas 02-08, 224 horas			\$10.080
El pico de lanzamiento, 236 horas a \$45			\$10.620
Las mismas 236 horas con suscripción desde \$35			desde \$8.260

Quién hace qué. Su equipo se queda con las seis imágenes hero. Las sesenta que van detrás vienen a nosotros.

TIPO DE IMAGEN	CANTIDAD	QUIÉN LA HACE
Imágenes hero del lanzamiento	6	Su equipo
Packshots, colores y primeros planos	54	El estudio, según su especificación
Imágenes de lifestyle	6	El estudio, según su dirección de arte

La fila 01 es el seguro más barato del set.

Doce horas dedicadas a igualar uno de sus renders terminados hacen que el primer borrador ya parezca de su marca. Sin ellas, la primera ronda de comentarios se va en el look y no en los productos.

ERRORES

Errores desde su lado de la mesa

Los equipos internos conocen su marca mejor que cualquier agencia, y se nota en sus briefs. Lo que falta es el traspaso: los archivos, las herramientas y las reglas que el equipo usa cada día sin ponerlas por escrito.

LO QUE ESCRIBEN LOS EQUIPOS INTERNOS	LO QUE CONVIENE ESCRIBIR
01 «Igualen el look de nuestra marca»	Envíe un render terminado que considere fiel a la marca, y su archivo de escena si existe. Lo reconstruimos primero.
02 «Adjuntamos el manual» (el brand book entero)	Las páginas que se aplican a la imagen de producto: fondos, sombras, encuadres, color, lo que nunca aparece.
03 «Entregar como siempre»	La especificación de archivos: formatos, tamaños en píxeles, perfil de color, nomenclatura, transparencia y dónde se suben.
04 «Los comentarios vendrán del equipo»	Invítenos a su herramienta de revisión y nombre a la única persona cuya aprobación cierra una ronda.
05 «Necesitaremos ayuda para el lanzamiento»	Reserve ya las fechas y envíe un producto para un render de prueba mientras nada es urgente.
06 «El CAD llegará de ingeniería»	Envíe lo que existe hoy y marque lo que cambiará: forma, color, etiqueta. Modelamos el estado actual y lo actualizamos.
07 Nada sobre los archivos fuente	Diga si quiere recibir los modelos y las escenas, y en qué software. Es una cuestión de alcance, no un detalle de última hora.

Su dirección de arte, nuestras horas.

Trabajamos detrás de su equipo, no a su lado. Su director de arte fija el look y aprueba; respondemos ante esa persona, en su herramienta y con su calendario, y nada lleva nuestro nombre.



Render de producción de Maverick Frame.

LA PÁGINA ÚNICA

Lo que los equipos internos nos envían

Los equipos de marca cuyos logotipos aparecen en nuestras páginas de servicios no envían especificaciones de producción. Para un pico de lanzamiento envían algo muy parecido a esto, con el enlace a una carpeta, y basta para presupuestar y empezar el ajuste de estilo.

01	El lanzamiento	Productos, número de SKU, fecha de lanzamiento.
02	El look	Un render fiel a la marca, y su archivo de escena si existe.
03	El reparto	Qué conserva su equipo y qué asumimos nosotros.
04	Archivos de producto	CAD, muestras o códigos de acabado, y qué es definitivo.
05	La lista de imágenes	Cantidades por tipo: packshots, colores, lifestyle.
06	La especificación	Formatos, tamaños, perfil de color, nomenclatura.
07	Revisión	Su herramienta de revisión y el único aprobador.
08	Reglas de marca	Las páginas de imagen del manual.
09	Las fechas	Primeros borradores, revisión interna, lanzamiento.
10	Archivos fuente	Si quiere recibir los modelos, y en qué formato.

Empiece en pequeño, en un mes tranquilo

Un producto, un packshot, una imagen de lifestyle. Pone a prueba el look, la especificación de archivos y el circuito de revisión antes de que nada sea urgente.

Reserve el próximo pico

Si los lanzamientos siguen un calendario, una suscripción desde \$35 por hora mantiene la capacidad reservada para las semanas que ya sabe que serán intensas.

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 un render del que esté orgulloso

Una imagen terminada y fiel a la marca, el CAD que hay detrás, su especificación de archivos y el brief de lanzamiento que exista, en el estado en que esté. 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/

CGI para agenciasmaverickframe.com/es/soluciones/agencias-de-marketing/

O simplementeresponda 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.