



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Un modelo, un mostrador, un lineal, una campaña: cuarenta imágenes.

El plan de render para un lanzamiento cosmético en ecommerce, retail y redes, con precios línea a línea desde un solo set de modelos de envase y el brief de una página.

EMPIECE AQUÍ

El lanzamiento se hace tres veces

Un lanzamiento cosmético suele comprar sus imágenes en tres sitios: un estudio de packshot para el ecommerce, un fotógrafo para la campaña y la agencia de diseño retail para el mostrador. Tres presupuestos, tres versiones del mismo frasco y tres colores ligeramente distintos del mismo pintalabios.

Las marcas pagan de más cuando el producto se recrea para cada canal. Y aprovechan poco los renders cuando los tratan como packshots sobre blanco, porque el mismo modelo puede vestir el mostrador, llenar el lineal y protagonizar la campaña.

COMPRADO POR SEPARADO	DESDE UN SOLO MODELO
01 Packshots repetidos para cada tono	Un modelo por envase, con tonos y tamaños como cambios de material, a una fracción de una imagen nueva.
02 Una campaña fotografiada con muestras de preserie	Escenas de campaña construidas desde los troqueles finales, para que el envase del anuncio sea el del lineal.
03 Planos del mostrador de la agencia retail	El mostrador renderizado en una tienda, para presentaciones a compradores y aprobación del distribuidor.
04 Contenido para redes con lo que sobre	Recortes y loops cortos planificados en el primer brief, encuadrados para 1:1 y 9:16 desde el principio.

El color tiene que coincidir con el tubo.

La revisión más cara en cosmética es la exactitud del tono. Envíe muestras físicas y las referencias de color con los archivos, y acuerde antes del primer borrador qué pantalla o prueba impresa hace de juez.



Render de producción de Maverick Frame.

EL LISTADO DE IMÁGENES

El set de lanzamiento, con precios

Un compuesto de los sets de lanzamiento que presupuestamos, a tarifas medias de estudio, para tres SKU, un sérum, una crema y un limpiador, en ecommerce, retail y redes. Cuarenta imágenes y tres loops, todo desde los mismos tres modelos.

	PARTIDA	BASE	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Modelos de envase desde troqueles y CAD del proveedor, tres SKU	3 x \$450	\$1.350
02	Packshots principales sobre blanco, uno por SKU	3 x \$350	\$1.050
03	Variantes de tono y tamaño sobre blanco	14 x \$120	\$1.680
04	Primeros planos de textura y swatch: crema, gel, aceite	5 x \$300	\$1.500
05	Escenas de campaña, sets con estilismo	3 x \$600	\$1.800
06	Escenas de campaña reencuadradas para 1:1 y 9:16	8 x \$80	\$640
07	Mueble mostrador en unos grandes almacenes	2 x \$550	\$1.100
08	Vistas de lineal y góndola con la gama colocada	3 x \$400	\$1.200
09	Espacio shop-in-shop o pop-up	2 x \$600	\$1.200
10	Loops de producto de 10 segundos para redes	3 x \$900	\$2.700
	Modelos y cuarenta imágenes, 01-09		\$11.520
	Movimiento, 10		\$2.700
	El set completo de lanzamiento		\$14.220
	Primero el ecommerce, líneas 01-04		\$5.580

En la línea 03 está el ahorro.

Catorce variantes de tono y tamaño cuestan menos que las tres escenas de campaña, porque el modelo ya existe. Cuanto antes se listen las variantes, más barata sale cada una.

ERRORES DESDE SU LADO DE LA MESA

Lo que dicen los briefs de belleza, y qué escribir

Siete frases que leemos en casi todos los briefs de cosmética. Cada una multiplica el número de imágenes o acaba en una ronda tardía de cambios de color.

EN EL BRIEF	LO QUE CONVIENE ESCRIBIR
01 Fotorrealista, como una fotografía	Diga qué fotografía: envíe dos referencias de luz y fondo que ya le gusten. La palabra describe cada render que entregamos y no decide ninguno.
02 Igualar los colores de marca	Envíe muestras físicas y las referencias de color de cada tono, y nombre la prueba que decide.
03 Todos los tonos, todos los tamaños	Enumere los SKU y sus tonos en una tabla. Una tabla de variantes convierte cuarenta imágenes en un trabajo rutinario en lugar de cuarenta preguntas.
04 Lujo, limpio, minimalista	Nombre el mostrador o lineal junto al que estará y el nivel de precio. 'Limpio' en una farmacia y en unos grandes almacenes son imágenes distintas.
05 Imágenes de textura de la fórmula	Diga qué texturas importan: crema, gel, polvo, aceite. Cada una se simula por separado y se presupuesta por textura.
06 Packaging pendiente de cerrar	Envíe el último troquel y marque lo que aún puede cambiar. El texto de la etiqueta puede cambiar tarde; la forma del frasco no, sin un modelo nuevo.
07 Contenido para todos los canales	Enumere los canales y sus formatos. Encuadrar para horizontal, cuadrado y vertical a la vez sale más barato que reencuadrar después.

Una tabla vale más que cuarenta correos.

Una hoja de cálculo con SKU, tono, tamaño y referencia de color, enviada con el brief, es el adjunto más útil en cosmética. Define el número de imágenes, el precio y el nombre de cada archivo que entregamos.

LA PÁGINA ÚNICA

Lo que las marcas de belleza nos envían

Los clientes cuyos logos aparecen en nuestras páginas de servicio no envían pliegos de especificaciones. Para un lanzamiento envían algo parecido a esto, normalmente en el cuerpo de un correo, con una caja de muestras en camino.

01	El lanzamiento	La gama, el número de SKU y la fecha de lanzamiento. Una línea.
02	Los archivos	Troqueles y cualquier CAD del proveedor de packaging. Diga cuáles son definitivos.
03	Muestras	Envases físicos, aunque sean de preserie, enviados con el brief.
04	Tonos y tamaños	Una tabla: SKU, tono, tamaño, referencia de color.
05	Texturas	Qué fórmulas necesitan swatch o primer plano, si alguna.
06	Para qué es	Ecommerce, compradores de retail, el mostrador, la campaña, redes.
07	El punto de venta	Dónde estará: farmacia, grandes almacenes, tienda propia.
08	Formatos	Dónde se publicará cada imagen, y en qué recortes.
09	La fecha	El día en que salen las fichas o el mostrador, no la fiesta de lanzamiento.
10	El presupuesto	Una cifra o una horquilla. Es el camino más rápido hacia un alcance ajustado.

Envíe las muestras el primer día

Un envase físico sobre nuestra mesa resuelve más dudas de color y acabado que cualquier archivo. Llegan las muestras, empieza el modelo.

Planifique el próximo lanzamiento en este

Si viene una extensión de gama o una edición de temporada, dígalos. Un modelo construido para variantes convierte el próximo lanzamiento en casi solo nuevos renders.

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 los troqueles y una muestra

Troqueles, CAD de su proveedor de packaging, muestras físicas 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 no con una llamada comercial.

El formulario de contacto	maverickframe.com/contacts/
Escenas de retail y producto	maverickframe.com/es/servicios/render-interior/
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.