



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Cada referencia en su tienda. Sin día de estudio.

Los renders que una marca DTC de suplementos necesita en cada ficha: qué imágenes lleva cada referencia, qué ahorra un solo modelo del envase y cuánto cuesta una tienda de seis referencias.

EMPIECE POR AQUÍ

Una sesión por referencia envejece la tienda

Las marcas DTC de suplementos rara vez pagan de más por una imagen. Pagan de más porque reservan una sesión cada vez que cambia la gama: un sabor nuevo, una nueva declaración en la etiqueta, un pack para una promoción. Cada sesión se planifica en torno al stock, y el stock es lo último que llega.

Así que las fichas de producto se publican con un mockup del proveedor, y la tienda se llena de imágenes de días distintos, luces distintas y fotógrafos distintos. Un envase modelado una vez a partir del troquel elimina los dos problemas: las imágenes existen antes que el stock, y cada referencia se ilumina y se encuadra igual.

	UNA TIENDA LLENADA SESIÓN A SESIÓN	UNA TIENDA LLENADA DESDE UN MODELO
01	Las fichas esperan al stock terminado	Las fichas se publican con las etiquetas aún en imprenta
02	Cada referencia fotografiada un día distinto	Una escena maestra y una cámara por ángulo para toda la gama
03	Un cambio de etiqueta obliga a repetir la sesión	Un cambio de etiqueta es arte nuevo y un nuevo render
04	Cápsulas fotografiadas tal como salen del bote	Formas de dosificación con translucidez y textura, comprobadas con muestras
05	Imágenes lifestyle compradas en un banco de imágenes	Su envase en una cocina, una bolsa de deporte o una mesilla, creado para ello

Planifique la ficha de producto y después la lista de renders.

Decida qué debe responder cada imagen de la ficha, por orden: qué es, qué lleva dentro, cuánto, cómo encaja en el día. La lista de planos sale de esas preguntas, no de lo que queda bien en un portfolio.



Render de producción de Maverick Frame.

LA LISTA DE PLANOS

El set DTC, presupuestado línea a línea

Un presupuesto tipo con encargos habituales de marcas DTC de suplementos, no el presupuesto de un cliente. Supone seis referencias en un mismo formato de envase, vendidas en su propia tienda. Cada línea son horas a nuestra tarifa de \$45: una vista sobre blanco o sobre el color de marca son 4 horas; una escena lifestyle, 6.

PARTIDA		BASE	A \$45 POR HORA
01	Modelo del envase y escena maestra desde el troquel	12 h x \$45	\$540
02	Modelo de cápsula o cápsula blanda, con translucidez	8 h x \$45	\$360
03	Seis etiquetas aplicadas a resolución de impresión	6 x 2 h x \$45	\$540
04	Packshots sobre blanco: frontal, tres cuartos, etiqueta trasera	18 x \$180	\$3.240
05	Imagen en color de marca por referencia, para colecciones	6 x \$180	\$1.080
06	Macros de ingredientes y de cápsulas	2 x \$180	\$360
07	Escenas lifestyle: cocina, mesilla, bolsa de deporte, estante	4 x \$270	\$1.080
08	Giros 360° de los dos más vendidos	2 x 12 h x \$45	\$1.080
Se construye una vez: envase, cápsula, seis etiquetas			\$1.440
30 imágenes y dos giros			\$6.840
El set DTC, como presupuesto tipo			\$8.280
Cada referencia que añada después: etiqueta, tres packshots, imagen de marca			\$810

La séptima referencia cuesta \$810, completa.

Su etiqueta se aplica sobre el modelo existente y después se renderizan tres packshots sobre blanco y una imagen en color de marca en una escena que ya existe. Un nuevo tamaño cuesta más, porque cambia el envase; un nuevo sabor es sobre todo arte.

IMAGEN	QUÉ RESPONDE	DÓNDE FUNCIONA
Frontal sobre blanco	Qué es, de un vistazo	Ficha, carrito, anuncios
Etiqueta trasera	Qué lleva dentro y cuánto	Ficha, atención al cliente
Macro de la cápsula	Qué me voy a tomar de verdad	Ficha, email
Escena lifestyle	Dónde encaja en mi día	Portada, redes, email

ERRORES DESDE SU LADO DE LA MESA

Seis frases que acaban en otra sesión de fotos

Salen de briefs de marcas DTC de suplementos que recibimos. Todas son comprensibles, y cada una desperdicia una imagen de la ficha o duplica el trabajo.

LO QUE SUELE ESCRIBIR	LO QUE CONVIENE ESCRIBIR
01 Que se vea premium	Envíe dos fichas de producto que admire y diga qué debe responder cada imagen de la suya. Lo premium sale de la luz y la contención, no del atrezo.
02 La etiqueta, más adelante	Envíe ya el troquel, y el arte cuando esté cerrado. El modelo se construye mientras se termina el diseño, de modo que la etiqueta se aplica en horas, no en días.
03 Todas las referencias en cada escena lifestyle	Elija una referencia protagonista por escena y muestre el resto sobre blanco. Cambiar la etiqueta dentro de una escena es una línea aparte, que compensa en los más vendidos.
04 Cápsulas como en la foto de nuestra web	Envíe una muestra o primeros planos con luz de día de la forma de dosificación real. Un render hecho a partir de una foto antigua copia sus defectos.
05 Las declaraciones las añadimos luego como texto	Envíe ya las declaraciones aprobadas, para que los encuadres dejen sitio para ellas. Son texto de la marca: las colocamos, no las redactamos.
06 Igual que la última vez	Adjunte los archivos de la última vez y diga qué ha cambiado: sabor, tamaño, declaración o acabado. El modelo guardado cubre el resto.

Conserve el modelo, no solo las imágenes.

Pida que el modelo del envase y la escena maestra queden guardados. Cuando cambie una declaración, salga un sabor o se rediseñe la tienda, la actualización parte del render, no del modelado.



Render de producción de Maverick Frame.

UNA SOLA PÁGINA

Lo que de verdad nos envían las marcas DTC

Las marcas cuyos logotipos aparecen en nuestras páginas de servicio no envían especificaciones. Para el set de una tienda envían algo muy parecido a esto, normalmente en el cuerpo de un correo, y basta para presupuestar.

01	Los productos	La lista de referencias, con el producto principal marcado.
02	El envase	Troquel y medidas del envase, o el plano del fabricante.
03	Las etiquetas	Arte en archivos de imprenta, final o casi final.
04	La dosificación	Una muestra o fotos con luz de día de la cápsula, la cápsula blanda, la gominola o el polvo.
05	La tienda	Un enlace y los huecos de imagen de cada ficha de producto.
06	El estilo	Blanco, color de marca o ambos, con dos ejemplos.
07	Las escenas	Dónde vive el producto en el día del cliente: cocina, bolsa, mesilla.
08	La fecha	Cuándo se publican las fichas y si detrás hay un email de lanzamiento.
09	El presupuesto	Por referencia o para toda la gama. Cualquiera de los dos basta para definir el alcance.

Empiece por el más vendido

Apruebe primero el set completo de una referencia. El resto de la gama sigue esa plantilla, y la tienda se lee como una sola marca.

Pruebe el hueco lifestyle

Pruebe dos escenas lifestyle con el más vendido y quédese con la que venda. Un render se puede ajustar; una sesión hay que repetirla.



Render de producción de Maverick Frame.

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 troquel y el arte de la etiqueta

El troquel, el arte final de la etiqueta en archivos de imprenta, las medidas del envase, una muestra o fotos de la forma de dosificación y el brief que tenga, 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/

Render de suplementosmaverickframe.com/es/soluciones/render-de-suplementos/

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.