



GUIA PRÁTICO / EDIÇÃO 2026

A data de veiculação é fixa. O estúdio, não. **\$4.104 de urgência.**

Como uma agência criativa compra CGI para um lançamento: key visuals, um spot FOOH e um filme sob o seu nome, um pacote de campanha com preços e as frases do briefing que forçam a urgência.

COMECE AQUI

A ideia é vendida antes de ser construída

Uma agência criativa vende a ideia primeiro e a constrói depois. O pitch ganha com frames que ninguém precisa fazer funcionar numa rua de verdade, com o produto de verdade, em todos os tamanhos que o plano de mídia pede. A produção começa depois que o cliente assina, e a data de veiculação foi marcada muito antes disso.

A maior parte do estouro de orçamento que vemos nasce nesse intervalo. Os frames do pitch foram feitos às pressas, muitas vezes com IA ou por um freelancer, e nada deles segue para a produção. O estúdio é briefado depois da aprovação do cliente, o modelo é construído do zero, e as semanas que seriam das prévias vão para correr atrás do prejuízo. Urgência é o preço honesto do tempo perdido, e quem paga é a agência, porque o preço do cliente foi fechado no pitch.

O QUE A AGÊNCIA PLANEJA	O QUE DE FATO DEFINE O CUSTO
01 A ideia e os frames aprovados no pitch	Se o produto, a luz e o lugar desses frames podem ser construídos como aparecem.
02 A assinatura do cliente	Quando o estúdio fica sabendo do job. Cada semana entre o pitch e o briefing sai da produção.
03 Um spot FOOH “no centro da cidade”	A placa: a filmagem, a rua e o movimento de câmera que o 3D precisa seguir.
04 O key visual do deck	O plano de mídia: tamanhos de OOH, vertical, quadrado e durações de filme, enquadrados na câmera e não recortados depois.

Brife o estúdio na semana do pitch.

Não para comprometer a verba, e sim para reservar o tempo. Um modelo iniciado para os frames do pitch segue para a produção, e a data de veiculação deixa de ser um pedido de urgência.



Render de produção da Maverick Frame.

O PACOTE DA CAMPANHA

Um lançamento de produto, orçado linha por linha

Um composto das campanhas de lançamento que agências criativas nos trazem, orçado pela nossa tabela publicada de \$45 por hora para CGI de produto, animação e FOOH. Um produto, três key visuals principais, um spot FOOH, um filme de 30 segundos e todos os formatos do plano de mídia. A última linha é o mesmo pacote briefado depois da aprovação.

ENTREGA		BASE	A \$45 POR HORA
01	Modelo do produto a partir do CAD ou da faca, com detalhe de hero	16 h	\$720
02	Styleframes do pitch: dois frames de prova de conceito	2 x 6 h	\$540
03	Key visuals principais, os três que carregam a campanha	3 x 12 h	\$1.620
04	Key visuals secundários para impresso e digital	4 x 8 h	\$1.440
05	Spot FOOH, 15 segundos, sobre filmagem rastreada	44 h	\$1.980
06	Filme principal do produto, 30 segundos	60 h	\$2.700
07	Cortes do filme: 15 e 6 segundos	2 x 6 h	\$540
08	Frames para OOH, 16:9, 9:16 e 1:1, planejados na câmera	16 x 1 h	\$720
Planejado desde o pitch, prazo padrão, 228 horas			\$10.260
Briefado após a aprovação: urgência no pacote todo, cerca de 40%			+ \$4.104
Reservado no pitch			\$10.260
Reservado após a aprovação, a três semanas da veiculação			\$14.364

SEMANAS ATÉ VEICULAR	EM PRODUÇÃO	O QUE O SEU CLIENTE VÊ
8	Briefing, modelo a partir dos frames do pitch, filmagem recebida	Nada ainda
6	Styleframes e storyboard do filme	O look, para aprovação
4	Rascunhos dos key visuals, tracking do FOOH, prévia do filme	Primeiros rascunhos, uma rodada
2	Finais, luz e cor, filme completo	Imagens finais e filme
1	Cortes e todos os formatos	A entrega, por veiculação

ERROS

Erros do seu lado da mesa

São frases que lemos em briefings de agências criativas quase todo mês. Cada uma é razoável num documento de pitch e cara na produção.

O QUE AS AGÊNCIAS CRIATIVAS ESCRIVEM

O QUE ESCREVER NO LUGAR

01	“Vamos briefar a produção quando o cliente assinar”	Brife-nos na semana do pitch com o que você já sabe. Reservamos o tempo, e o modelo do pitch segue para a produção.
02	“Igual aos frames que o cliente aprovou”	Diga quais frames definem o clima e quais mostram o produto como foi aprovado. Frames de IA costumam errar proporções e rótulos, e o cliente lembra do frame.
03	“Fotorrealista, como no deck”	Diga o que precisa ser exato: o produto até o rótulo, a cidade, a hora do dia. Depois, o que pode ser estilizado.
04	“FOOH no centro, locação a confirmar”	Mande a filmagem ou a rua e o movimento de câmera. O 3D segue a filmagem, então a filmagem vem primeiro.
05	“Veiculação em meados de outubro”	A data real, a última revisão do cliente e o prazo da mídia. Trabalhamos de trás para frente a partir das três.
06	“Todos os formatos do plano de mídia”	O próprio plano de mídia: tamanhos de OOH, 16:9, 9:16, 1:1 e durações de filme. Os frames são compostos por veiculação, não cortados de um master.
07	“Embalagem final a seguir”	Mande agora o CAD ou a faca atual e sinalize o que ainda pode mudar. Trocar o rótulo no fim é pouco; um formato novo não é.

A ideia continua sua.

Trabalhamos em white label, assinamos o seu NDA e ficamos fora da reunião com o cliente, a não ser que você nos leve. Os comentários chegam de uma pessoa da agência, numa lista por rodada.

Antes de um spot FOOH entrar em produção

- ☐ A filmagem na resolução que você vai entregar, ou a data da gravação.
- ☐ O movimento de câmera e a lente, nem que seja num vídeo de celular da rua.
- ☐ Hora do dia e clima, casados com a filmagem e não com o frame do pitch.
- ☐ A escala do produto na rua, num esboço rápido sobre um still da filmagem.
- ☐ Todas as veiculações e durações em que o spot vai rodar, inclusive o corte vertical.

A PÁGINA ÚNICA

O que as agências criativas realmente nos enviam

As agências cujos logos aparecem nas nossas páginas de serviço não mandam especificações de produção. Para um lançamento, mandam algo parecido com isto, com o deck do pitch anexado, e isso basta para orçar e reservar o tempo.

01	A ideia	Um parágrafo e os frames que o cliente aprovou.
02	O produto	CAD, faca ou fotos da amostra, e o que ainda muda.
03	Key visuals	Quantos principais, quantos secundários.
04	Filme	Duração do master e de cada corte.
05	FOOH	O lugar, a filmagem ou quem grava, o movimento de câmera.
06	O plano de mídia	Cada veiculação, tamanho e duração.
07	As datas	Styleframes, primeiros rascunhos, revisão do cliente, veiculação.
08	Quem revisa	A única pessoa que consolida os comentários.
09	White label	Sem crédito do estúdio, e o seu direito de mostrar o trabalho no portfólio.
10	O orçamento	O seu preço de compra, não o do cliente.

Styleframes antes dos key visuals

Dois frames que fixam luz, lente e cor custam um ou dois dias. Aprovados primeiro, mantêm todas as imagens seguintes e o filme num único look.

Um modelo, todas as etapas

O produto construído para o pitch é o mesmo que iluminamos para o filme e colocamos na filmagem do FOOH. Nada é modelado duas vezes.

QUANTO CUSTA

Preços de mercado e condições, para conferir qualquer orçamento

Faixas que vemos no mercado em 2026, do freelancer ao estúdio. Use-as para conferir qualquer orçamento, inclusive o nosso.

TRABALHO CONTRATADO	FREELANCER	ESTÚDIO
Imagem externa, avulsa	\$100 - 300	\$250 - 600
Imagem interna, avulsa	\$120 - 350	\$300 - 700
Pacote de 5 - 8 vistas	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animação, por minuto	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Nossos prazos e condições de revisão padrão. É o que orçamos, a menos que o projeto precise de outra coisa, e nesse caso avisamos antes de começar.

ETAPA OU ENTREGA	PADRÃO MAVERICK FRAME
Primeiro rascunho de uma imagem	De 3 a 5 dias úteis a partir de um briefing completo
Imagens finais, pacote de 5 - 8	De 2 a 3 semanas, rascunhos incluídos
Animação de até um minuto	De 4 a 6 semanas, com storyboard e prévia primeiro
Rodadas de revisão incluídas	Duas na fase de rascunho, uma na imagem final
O que conta como rodada	Uma lista consolidada de comentários, enviada de uma vez
Entrega urgente	Metade do prazo por cerca de 40% a mais, quando a agenda permite

Tenha um estúdio definido antes que o prazo pegue fogo

Os projetos mais caros que vemos não são os de briefing fraco. São os contratados no desespero, depois que o primeiro fornecedor falhou e a data de lançamento não mudou. Avalie um ou dois estúdios enquanto nada é urgente.

Uma nota sobre equipe interna: um único artista 3D precisa de umas dez assinaturas de software, uma workstation e várias habilidades vizinhas, da modelagem e iluminação à pós-produção e ao atendimento ao cliente. Só compensa quando essa pessoa tem trabalho todos os dias. Abaixo disso, a conta favorece a terceirização por si só.

PRÓXIMO PASSO

Envie o deck e a data de veiculação

O deck do pitch, os frames que o cliente aprovou, o CAD ou fotos do produto e o plano de mídia, no estado em que estiverem. Respondemos com escopo, preço e as perguntas que decidem o projeto, por escrito e sem ligação de vendas.

O formulário de contato	maverickframe.com/contacts/
--------------------------------	---

CGI para agências	maverickframe.com/pt-br/solucoes/para-agencias-de-marketing/
--------------------------	---

Ou simplesmente	responda ao e-mail em que este guia chegou.
------------------------	---

Escrito por quem lê esses briefings

Dim Kuzmenko é cofundador da Maverick Frame Studio. Os números deste guia vêm da nossa própria caixa de entrada e da nossa própria tabela de preços, não de uma pesquisa do setor.