



GUIA PRÁTICO / EDIÇÃO 2026

Um modelo, um balcão, uma gôndola, uma campanha: **quarenta imagens.**

O plano de renders de um lançamento de cosméticos para e-commerce, varejo e redes sociais, com preço linha por linha a partir de um único conjunto de modelos de embalagem, e o briefing de uma página que o coloca em produção.

COMECE AQUI

O lançamento é feito três vezes

Um lançamento de cosméticos costuma comprar imagens de três lugares: um estúdio de packshot para o e-commerce, um fotógrafo para a campanha e a agência de design de varejo para o balcão. Três orçamentos, três versões do mesmo frasco e três cores levemente diferentes do mesmo batom.

As marcas pagam demais recriando o produto para cada canal. E aproveitam de menos o render quando o tratam como packshot em fundo branco, quando o mesmo modelo pode vestir o balcão, abastecer a gôndola e estrelar a campanha.

COMPRADO SEPARADO	A PARTIR DE UM MODELO
01 Packshots refeitos para cada cor	Um modelo por embalagem, com cores e tamanhos como troca de material, por uma fração de uma imagem nova.
02 Campanha fotografada com amostras de pré-produção	Cenas de campanha construídas a partir das facas finais, para que a embalagem do anúncio seja a embalagem da gôndola.
03 Desenhos do balcão feitos pela agência de varejo	O balcão renderizado dentro de uma loja, para apresentações a compradores e aprovação do varejista.
04 Conteúdo para redes com o que sobrar	Recortes e loops curtos planejados no primeiro briefing, enquadrados para 1:1 e 9:16 desde o início.

A cor tem que bater com a bisnaga.

A revisão mais cara em cosméticos é a fidelidade de cor. Mande amostras físicas e as referências de cor junto com os arquivos, e combine qual tela ou prova impressa vai decidir antes do primeiro rascunho.



Render de produção da Maverick Frame.

A LISTA DE VISTAS

O pacote de lançamento, com preços

Um composto dos pacotes de lançamento que orçamos, a preços de estúdio de mercado, para três SKUs, um sérum, um creme e um gel de limpeza, para e-commerce, varejo e redes. Quarenta imagens e três loops, todos dos mesmos três modelos.

ITEM	BASE	A PREÇO DE ESTÚDIO
01 Modelos das embalagens a partir de facas e CAD, três SKUs	3 x \$450	\$1.350
02 Packshots principais em fundo branco, um por SKU	3 x \$350	\$1.050
03 Variações de cor e tamanho em fundo branco	14 x \$120	\$1.680
04 Closes de textura e swatch: creme, gel, óleo	5 x \$300	\$1.500
05 Cenas de campanha, sets produzidos	3 x \$600	\$1.800
06 Cenas de campanha reenquadradas para 1:1 e 9:16	8 x \$80	\$640
07 Balcão dentro de uma loja de departamentos	2 x \$550	\$1.100
08 Vistas de prateleira e gôndola com a linha exposta	3 x \$400	\$1.200
09 Shop-in-shop ou espaço pop-up	2 x \$600	\$1.200
10 Loops de produto de 10 segundos para redes	3 x \$900	\$2.700
Modelos e quarenta imagens, 01-09		\$11.520
Animação, 10		\$2.700
O pacote completo de lançamento		\$14.220
E-commerce primeiro, linhas 01-04		\$5.580

A linha 03 é onde mora a economia.

Catorze variações de cor e tamanho custam menos que as três cenas de campanha, porque o modelo já existe. Quanto mais cedo cada variação for listada, mais barata ela fica.

ERROS DO SEU LADO DA MESA

O que o briefing de beleza diz, e o que escrever

Sete frases que lemos em quase todo briefing de cosméticos. Cada uma multiplica o número de imagens ou vira uma rodada tardia de ajustes de cor.

NO BRIEFING	O QUE ESCREVER NO LUGAR
01 Fotorrealista, como uma foto	Diga qual foto: mande duas referências de luz e fundo de que você já gosta. A palavra descreve todo render que entregamos e não decide nenhum.
02 Seguir as cores da marca	Mande amostras físicas e as referências de cor de cada tom, e diga qual prova decide.
03 Todas as cores, todos os tamanhos	Liste os SKUs e seus tons numa tabela. Uma tabela de variações transforma quarenta imagens num trabalho de rotina, e não em quarenta perguntas.
04 Luxo, clean, minimalista	Diga ao lado de qual balcão ou prateleira ele vai ficar e o preço. 'Clean' numa farmácia e num balcão de loja de departamentos são imagens diferentes.
05 Imagens de textura da fórmula	Diga quais texturas importam: creme, gel, pó, óleo. Cada uma é simulada à parte e cobrada por textura.
06 Embalagem ainda em definição	Mande a faca mais recente e marque o que ainda pode mudar. O texto do rótulo pode mudar tarde; o formato do frasco não, sem um modelo novo.
07 Conteúdo para todos os canais	Liste os canais e seus formatos. Enquadrar para horizontal, quadrado e vertical de uma vez sai mais barato do que reenquadrar depois.

Uma tabela vale mais que quarenta e-mails.

Uma planilha com SKU, tom, tamanho e referência de cor, enviada com o briefing, é o anexo mais útil em trabalhos de cosméticos. Ela define a quantidade de imagens, o preço e o nome de cada arquivo que entregamos.

UMA PÁGINA

O que as marcas de beleza realmente nos mandam

Os clientes cujos logos aparecem nas nossas páginas de serviço não mandam especificações. Para um lançamento, mandam algo parecido com isto, geralmente no corpo de um e-mail, com uma caixa de amostras a caminho.

01	O lançamento	A linha, o número de SKUs e a data de lançamento. Uma linha.
02	Os arquivos	Facas e qualquer CAD do fornecedor de embalagem. Diga quais são finais.
03	Amostras	Embalagens físicas, mesmo de pré-produção, enviadas com o briefing.
04	Tons e tamanhos	Uma tabela: SKU, tom, tamanho, referência de cor.
05	Texturas	Quais fórmulas precisam de swatch ou close, se alguma.
06	Para que serve	E-commerce, compradores do varejo, o balcão, a campanha, redes.
07	O ponto de venda	Onde vai ficar: farmácia, loja de departamentos, loja própria.
08	Formatos	Onde cada imagem será publicada, e em quais recortes.
09	A data	O dia em que os anúncios ou o balcão entram no ar, não a festa de lançamento.
10	O orçamento	Um valor ou uma faixa. É o caminho mais rápido para o escopo certo.

Envie as amostras no primeiro dia

Uma embalagem física na nossa mesa resolve mais dúvidas de cor e acabamento do que qualquer arquivo. As amostras chegam, o modelo começa.

Planeje o próximo lançamento neste

Se vem uma extensão de linha ou uma edição sazonal, diga. Um modelo construído para variações faz do próximo lançamento quase só novos renders.

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

Mande as facas e uma amostra

Facas, CAD do seu fornecedor de embalagem, amostras físicas ou um rascunho de briefing, do jeito que estiverem. Respondemos com escopo, preço e as perguntas que definem os dois, por escrito, sem ligação de vendas.

O formulário de contato	maverickframe.com/contacts/
Cenas de varejo e produto	maverickframe.com/pt-br/servicos/render-de-interiores/
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.