

GUIA PRÁTICO / EDIÇÃO 2026

Sua margem em renders é real. Três frases do briefing a devoram.

Como uma agência compra CGI para os clientes: volume, prazo, versões e white-label, com um pacote de campanha com preços e as três frases do briefing que transformam markup em prejuízo.

Dim Kuzmenko
Cofundador, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

COMECE AQUI

A margem se decide antes do orçamento

Agências aplicam markup sobre render como sobre qualquer produção comprada fora, e no papel a margem é saudável. Ela some depois, e raramente por causa do preço unitário. Vai embora em rodadas prometidas ao cliente, em formatos que ninguém listou e num prazo que a agência aceitou antes de consultar o estúdio.

O padrão se repete de campanha em campanha. O briefing do cliente é repassado do jeito que chegou, o cliente comenta direto e aos pedaços, e as veiculações finais são confirmadas depois que as imagens ficam prontas. O estúdio cobra por cada uma dessas coisas com honestidade, e a agência não consegue repassar o custo, porque o preço do cliente foi fechado semanas antes.

	ONDE A AGÊNCIA PROCURA MARGEM	ONDE ELA DE FATO É DECIDIDA
01	**O preço unitário por imagem**	Quantas rodadas o cliente tem, e quem as consolida.
02	**Um desconto por volume**	Versões: recortes, formatos e variações planejados antes da produção, não depois.
03	**Negociar o prazo**	A sua própria agenda. Urgência é metade do prazo por cerca de 40% a mais, e quem costuma pagar é a agência.
04	**White-label como favor**	White-label por escrito, para que o trabalho seja seu para mostrar e usar em concorrências.

Três frases devoram a margem.

'O cliente vai revisar direto.' 'Formatos finais a confirmar.' 'Prazo apertado.' Cada uma é inofensiva no briefing e cara no projeto. A página 04 reescreve as três.



Render de produção da Maverick Frame.

O PACOTE DA CAMPANHA

Uma campanha de lançamento, a margem linha por linha

Abaixo, um composto de uma campanha de lançamento residencial que uma agência compra para o cliente, a preços de estúdio de mercado, com um markup de exemplo de 30%. As três últimas linhas são o custo das três frases do briefing quando a agência já fechou o preço dela.

	ENTREGA	BASE	A PREÇO DE ESTÚDIO
01	Vista externa principal ao entardecer	1 x $550	**$550**
02	Vistas externas, luz do dia	3 x $425	**$1.275**
03	Vistas internas: sala, cozinha, quarto	3 x $475	**$1.425**
04	Vistas do lazer: lounge e academia	2 x $475	**$950**
05	Vista aérea da localização	1 x $650	**$650**
06	Animação de 30 segundos para redes sociais	0,5 min	**$2.500**
07	Recortes para portal, impresso e redes, planejados antes	10 x 3 formatos	**$300**
	Custo do estúdio		$7.650
	Seu markup, num exemplo de 30%		+ $2.295
	'O cliente revisa direto': duas rodadas extras		- $1.800
	'Formatos a confirmar': dez imagens reenquadradas		- $800
	'Prazo apertado': urgência no pacote, cerca de 40%		- $3.060
	Faturado ao seu cliente		**$9.945**
	O que fica com a agência		**- $3.365**

Corrija as três frases e 30% continua 30%.

Nada muda no custo do estúdio. As mesmas dez imagens e a mesma animação, com um único revisor, uma lista de veiculações e uma data real no briefing, deixam o markup intacto.

ERROS

Erros do seu lado da mesa

As três primeiras linhas são as frases da capa. As outras são menores, e se somam ao longo de um ano de campanhas.

	O QUE AS AGÊNCIAS ESCREVEM	O QUE ESCREVER NO LUGAR
01	**'O cliente vai revisar direto'**	Todos os comentários passam por uma pessoa da agência, numa lista por rodada. Duas rodadas no rascunho, uma na final.
02	**'Formatos finais a confirmar'**	Liste agora cada veiculação: portal, folder, tapume, redes. Recortes são planejados na câmera, não cortados depois.
03	**'Prazo apertado'**	A data real de lançamento do cliente. Contratado cedo, raramente precisa de urgência; contratado tarde, é metade do prazo por cerca de 40% a mais.
04	**'Seguir o moodboard anexo'**	Diga qual referência é para luz e qual para decoração. Doze referências puxam para doze lados.
05	**'Sem crédito do estúdio'**	Termos white-label por escrito, inclusive se você pode usar as imagens nas suas próprias concorrências.
06	**'Desconto por volume no ano'**	Compartilhe o pipeline: quantos projetos e mais ou menos quando. Um fluxo constante é mais fácil de precificar bem do que uma promessa.

Deixe o estúdio fora da reunião com o cliente.

White-label funciona melhor quando o cliente ouve uma voz só. Respondemos à agência, a agência responde ao cliente, e os comentários chegam até nós numa lista por rodada.

UMA PÁGINA

O que as agências realmente nos mandam

As agências cujos logos aparecem nas nossas páginas de serviço não mandam especificações. Mandam algo parecido com isto, encaminhado com as plantas do cliente, e já basta para orçar e começar o trabalho.

01	**O cliente e o projeto**	Uma linha para cada, mais plantas ou um modelo.
02	**A campanha**	Lançamento, relançamento, locação ou aprovação.
03	**Imagens e animação**	Quantas imagens, e a duração de qualquer animação.
04	**Veiculações**	Todos os formatos em que as imagens vão rodar.
05	**O revisor**	A única pessoa que consolida os comentários.
06	**Estilo**	Uma ou duas referências, e o que tirar de cada uma.
07	**White-label**	Sem nome do fornecedor, e o seu direito de usar o trabalho em concorrências.
08	**As datas**	A sua revisão interna, depois o lançamento do cliente.
09	**O orçamento**	O seu preço de compra, não o do cliente.

Peça nosso orçamento antes de dar o seu

Mande o briefing antes de precificar a campanha. Com o orçamento do estúdio em mãos, o seu markup vira um número, e não um chute.

Feche uma tabela de preços uma vez

Para trabalho recorrente, fixe um preço por imagem e um prazo com um estúdio. Cada novo projeto passa a precisar só da lista de vistas.

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 o que você já tem

Plantas, um modelo, fotos 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/
Render para agências	maverickframe.com/pt-br/servicos/maquete-eletronica/
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.