



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Un lanzamiento pide 33 piezas. La sesión de fotos: **27.670 \$.**

Un producto en tres variantes y 33 piezas de lanzamiento, presupuestadas con una sesión de fotos y con un solo modelo 3D, y qué conviene construir una vez y reutilizar.

POR DÓNDE EMPEZAR

Un lanzamiento no es una sesión: son 33 piezas

Lanzar un producto antes significaba hacer una sesión de fotos. Hoy significa una lista: packshots en la plantilla de cada distribuidor, imágenes de estilo de vida para la web y los anuncios, primeros planos de textura e ingredientes, un giro de 360 para la ficha de producto y una película corta recortada para cada canal. Contado con honestidad, un producto en tres variantes suma unas treinta piezas, y casi todas hacen falta antes de que exista la tirada de producción.

Una sesión presupuesta esa lista por días. Cada día necesita muestras terminadas, cada variante vuelve a pasar por los focos y un cambio de etiqueta después de la sesión significa una segunda sesión. Un modelo 3D la presupuesta una sola vez: el producto se construye a partir de los troqueles o del CAD, y cada pieza posterior es una cámara, una luz y un render. Esa es toda la diferencia, y decide qué vía sale más barata para cada parte de la lista.

LO QUE NECESITA LA SESIÓN		LO QUE NECESITA UN MODELO
01	Muestras terminadas de cada variante, semanas antes del lanzamiento	Troqueles, CAD o una muestra, y los artes de etiqueta en archivo.
02	Un montaje nuevo para cada variante y cada ángulo	Un modelo. Una variante es un cambio de material y de etiqueta con las mismas cámaras.
03	Una segunda sesión cuando cambia la etiqueta o el color	Un archivo de arte nuevo y volver a renderizar los fotogramas afectados.
04	Un día de equipo para la película y una plataforma giratoria para el giro	El mismo modelo, animado. El giro y la película comparten la construcción.

Cada día de plató se paga antes de que exista una sola imagen.

Una sesión gasta casi todo su presupuesto en días: estudio, equipo, localización, muestras. Un modelo lo gasta una vez, en la construcción, y cada pieza posterior cuesta menos que la anterior. En una ficha de producto nadie pregunta de qué vía salió una imagen.



Render de producción de Maverick Frame.

LA FACTURA

33 piezas, con precio por las dos vías

Abajo hay un compuesto del lanzamiento de un producto en tres variantes, un bote de suplemento en tres sabores o un sérum en tres tonos, presupuestado a tarifas de gama media por las dos vías. La columna de la sesión supone un estudio competente y un día de estilo de vida en localización; la columna CGI supone un modelo construido a partir de los archivos del envase.

PIEZA	SESIÓN DE FOTOS	CGI, UN MODELO
01 Muestras para el set, o el modelo maestro y dos variantes	1.200 \$	1.500 \$
02 18 packshots para e-commerce, seis ángulos por variante	5.480 \$	2.580 \$
03 4 escenas de estilo de vida para la web y los anuncios	6.980 \$	2.200 \$
04 4 primeros planos de textura e ingredientes	1.880 \$	1.400 \$
05 3 giros de 360 grados, uno por variante	1.350 \$	1.300 \$
06 Una película principal de 15 segundos	6.300 \$	1.800 \$
07 3 versiones por canal: 9:16, 1:1 y una de 6 segundos	1.200 \$	450 \$
08 Los cambios de etiqueta tras el primer lote	3.280 \$	600 \$
Piezas entregadas, por cualquier vía		33
Coste por pieza, sesión de fotos		838 \$
Coste por pieza, un modelo		358 \$
La vía de la sesión de fotos		27.670 \$
Las mismas 33 piezas desde un modelo		11.830 \$

CÓMO SE CALCULAN LAS LÍNEAS	SESIÓN DE FOTOS	CGI, UN MODELO
Packshots	2 días de estudio x 2.200 \$, retoque 18 x 60 \$	6 ángulos x 250 \$, 12 renders de variante x 90 \$
Estilo de vida y textura	Día en localización 6.500 \$, medio día de macro 1.400 \$, retoque 8 x 120 \$	4 escenas x 550 \$, 4 primeros planos x 350 \$
Cambio de etiqueta	Día de repetición 2.200 \$, retoque 18 x 60 \$	Cambio de arte, nuevo render

15.840 \$ de diferencia, y casi toda son días.

Días de estudio, un día en localización, un día de equipo y un día de repetición. Ninguno produce una imagen por sí solo, y cada uno se vuelve a reservar cuando cambia una variante o una etiqueta. El modelo se paga una vez, en la primera línea.

CONSTRUIR UNA VEZ

Qué construir una vez y para qué sirve

El ahorro de la vía CGI sale de una decisión: construir bien el producto una sola vez, con todo lo que necesitarán las piezas posteriores. Estas son las partes que merece la pena pagar al principio, y para qué se reutiliza cada una en el lanzamiento y en la gama.

CONSTRUIR UNA VEZ	PARA QUÉ SE REUTILIZA
01 El modelo maestro, con precisión de producción	Cada packshot, escena de estilo de vida, giro y película. Constrúyalo a partir de troqueles o CAD, no de fotos de un prototipo.
02 Las etiquetas como arte separado	Sabores, tonos, tamaños, envases regionales y el próximo cambio de etiqueta. Cada uno es un cambio de archivo, no un modelo nuevo.
03 Materiales ajustados a una muestra real	Vidrio, plástico esmerilado, foil, acabado soft-touch. Se ajustan una vez contra la muestra, se aprueban y quedan fijos para toda la gama.
04 Un juego de cámaras para packshots	Los mismos seis ángulos para cada variante y para el siguiente producto, para que la cuadrícula del distribuidor sea coherente.
05 Un juego de luces para la marca	Una luz de estudio y una de día. Las escenas de estilo de vida y la película las heredan, y el lanzamiento se lee como una sola campaña.
06 Una escena de estilo de vida construida como decorado	Se redecora para temporadas, distribuidores y nuevas variantes sin construir una sala nueva.
07 Una biblioteca de texturas e ingredientes	Remolinos de crema, polvos, cápsulas, botánicos. Se reutiliza en toda la gama y en cada película.
08 El rig de animación	Tapas que se abren, tapones que giran, el giro completo. La película, las versiones cortas y la película del siguiente lanzamiento lo comparten.

1	3	33	600 \$
MODELO, CONSTRUIDO UNA VEZ	VARIANTES COMO CAMBIOS	PIEZAS A PARTIR DE ÉL	POR UN CAMBIO DE ETIQUETA

Cuándo sigue siendo mejor una sesión

Cuando el producto se lleva puesto o se manipula y la piel, el pelo o el tejido son el centro de la imagen, o cuando el producto terminado ya existe y nada cambiará antes del lanzamiento. Muchos lanzamientos mezclan las dos vías: las personas, de una sesión; el producto, del modelo.

LA ÚNICA PÁGINA

Qué enviarnos para un lanzamiento como este

Un brief de lanzamiento de producto no tiene que ser una especificación. Media página basta para presupuestar y empezar, casi siempre en el cuerpo de un correo. Diga qué tiene que conseguir el lanzamiento y deje el detalle a quienes construyen productos en 3D todos los días.

01	El producto	Una línea, y cuántas variantes: sabores, tonos, tamaños, colores.
02	Archivos del envase	Troqueles y artes de etiqueta, aunque no estén terminados. También CAD, si el producto tiene cuerpo y no es solo una caja.
03	Una muestra, si existe	Aunque sea de preproducción. Resuelve los materiales más rápido que cualquier descripción.
04	La fecha de lanzamiento	Y la fecha en que las piezas deben llegar a los distribuidores, que suele ser semanas antes.
05	Dónde se venderá	Su propia web, marketplaces, distribuidores. Cada uno tiene su plantilla de packshot; nómbrelos.
06	La lista de piezas	Packshots, estilo de vida, textura, giro, película. Marque lo que necesita; basta un número por línea.
07	La pieza principal	La imagen o la película con la que se vende el lanzamiento.
08	Lo que aún cambia	Etiquetas, claims, colores. Díganoslo ahora; decide qué se construye como intercambiable.
09	Los próximos productos	Si la gama va a crecer. Decide cómo se preparan el modelo, las cámaras y las escenas.
10	El presupuesto	Una cifra o un rango. Es el camino más rápido a una lista de piezas que encaje.

Envíelo antes de cerrar la etiqueta

El modelo puede empezar con troqueles y una etiqueta en borrador. El arte aprobado se cambia al final, así que las piezas del lanzamiento no esperan a la última ronda de comentarios legales.

Construya para la gama, no para el lanzamiento

Si viene un segundo producto, díganoslo. Las cámaras, luces y escenas del primer lanzamiento hacen el siguiente más rápido y más barato, y la gama se ve coherente en el lineal.

Adjunte lo que tenga, en el estado en que esté: troqueles en PDF o AI, una exportación STEP o CAD nativo, artes de etiqueta, referencias de acabado o Pantone y fotos de cualquier muestra. Los archivos que falten le llegan como una pregunta, no como un retraso.

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, aunque estén en bruto

Troqueles, artes de etiqueta, CAD, una muestra o fotos de un prototipo, en el estado en que estén. Le responderemos con una lista de piezas, un precio y las preguntas que lo deciden, por escrito y sin llamada comercial.

El formulario de contactomaverickframe.com/contacts/**Render de producto**maverickframe.com/es/servicios/render-de-producto/**O simplemente**

responda 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.