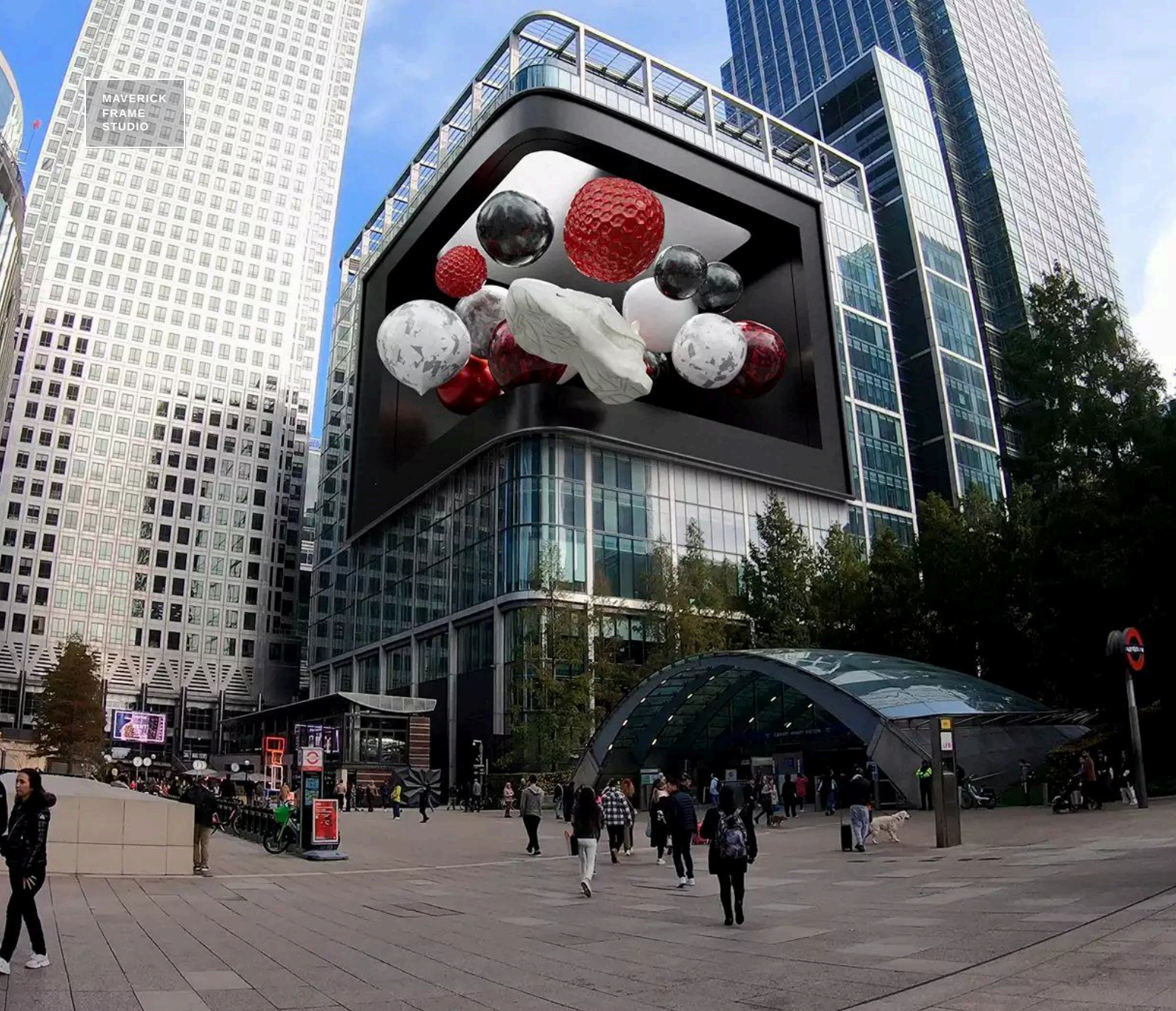




GUIA PRÁTICO / EDIÇÃO 2026

Seu lançamento pedia US\$ 8.550 em visuais. Encomendou **US\$ 20.910.**

Um pedido típico de lançamento de app ou produto de IA, com preço item a item: os cinco visuais que fizeram o trabalho e os cinco que ninguém olhou depois do lançamento.

COMECE AQUI

Um lançamento são cinco lugares, não uma lista

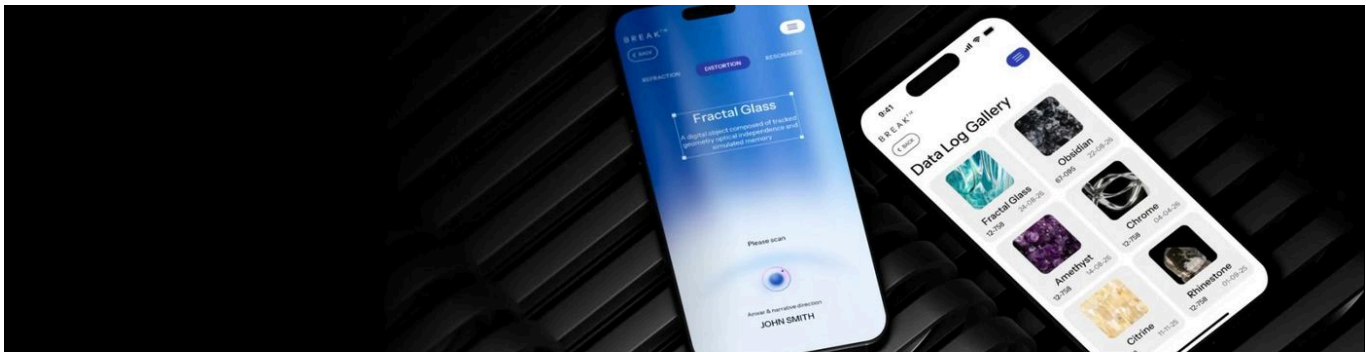
Quando um app, um produto de IA ou uma campanha de marca vai a público, os visuais costumam ser pedidos a partir da lista de funcionalidades: cada tela, cada dispositivo, uma cena para cada público, um filme que explica tudo. O time de produto sabe que cada funcionalidade importa, então cada uma ganha um render. O pedido cresce antes que alguém pergunte onde as imagens serão vistas.

Um lançamento é visto em poucos lugares: a página na loja de apps, o pitch deck, o topo da landing page, o feed das redes e um momento que faz as pessoas comentarem. Cada um desses lugares comporta pouquíssimos visuais. Tudo o que é pedido além disso é modelado, iluminado, renderizado e revisado com o mesmo cuidado do hero, e depois fica parado numa pasta compartilhada.

DO QUE O PEDIDO É FEITO		ONDE O LANÇAMENTO É VISTO DE FATO
01	Cada tela do produto, cada uma num dispositivo	A página na loja mostra uma fileira curta de capturas. Peça essa fileira, não o app inteiro.
02	Cada dispositivo e cada cor em que o produto roda	Um dispositivo, o que o seu comprador usa, recortado para cada formato.
03	Uma cena de lifestyle para cada segmento de público	Uma cena do produto em uso que o deck, o site e a imprensa possam compartilhar.
04	Um filme longo que explica cada funcionalidade	Cortes curtos para o feed e uma ação que valha compartilhar. As funcionalidades mudam na próxima versão.

A lista de funcionalidades não é uma lista de planos.

Um visual pedido sem lugar para rodar custa exatamente o mesmo que um publicado. A economia não está numa tarifa menor. Está nos renders que você nunca pede porque ninguém soube dizer onde eles iriam aparecer.



Render de produção da Maverick Frame.

O ORÇAMENTO

O que o lançamento pediu e o que ele usou

Abaixo, um composto de um pedido típico para o lançamento de um app com uma rodada de captação em paralelo, a valores médios de estúdio no mercado. Cada item é um pedido razoável. A segunda coluna registra o que aconteceu com cada um depois do dia do lançamento.

	ITEM	DEPOIS DO LANÇAMENTO	A VALORES DE ESTÚDIO
01	Hero do dispositivo, celular na mão, cena de lifestyle	usado	US\$ 650
02	Três quadros para o pitch deck, o produto em uso (3 x US\$ 450)	usado	US\$ 1.350
03	Kit para a loja de apps, seis telas numa cena de dispositivo	usado	US\$ 1.150
04	Cortes do hero para redes, 9:16, 1:1 e 4:5 (3 x US\$ 300)	usado	US\$ 900
05	Uma ação em CGI: um clipe FOOH de dez segundos com cortes por plataforma	usado	US\$ 4.500
06	Todas as outras telas do app num dispositivo (18 x US\$ 120)	sem uso	US\$ 2.160
07	O hero em mais três cores de dispositivo (3 x US\$ 300)	sem uso	US\$ 900
08	Versões do hero para tablet e smartwatch (2 x US\$ 450)	sem uso	US\$ 900
09	Quatro cenas de lifestyle, uma por persona (4 x US\$ 600)	sem uso	US\$ 2.400
10	Um explicativo de 90 segundos cobrindo cada funcionalidade	sem uso	US\$ 6.000
	Cinco itens que foram usados		US\$ 8.550
	Cinco itens que ninguém olhou		US\$ 12.360
	Parte da verba que fez o trabalho		41%

Quanto custou o pedido do lançamento **US\$ 20.910**

Quanto custou o kit que foi usado **US\$ 8.550**

US\$ 12.360 são quase mais três ações.

A metade sem uso não foi mal feita. Foi pedida a partir da lista de funcionalidades, antes que alguém dissesse onde ela iria rodar. O mesmo dinheiro pagaria a ação em CGI quase três vezes, ou o kit da loja e os cortes das próximas várias versões.

O KIT DE LANÇAMENTO

Cinco para fazer, quatro para pular

Escreva esta lista antes de pedir um orçamento. Os cinco primeiros itens cobrem os lugares onde um lançamento ou uma rodada de captação é visto de fato. Os quatro últimos são os motivos habituais para um pedido dobrar. Cada um vale ser feito depois, se aparecer um lugar real para rodá-lo.

O ITEM	DO QUE PRECISA
01 Hero do dispositivo	Uma cena, o dispositivo que o seu comprador usa e a tela que explica o produto num relance. O banner do site, a capa do deck e o destaque na loja são recortes dele, não novos renders.
02 Quadros do pitch deck	Três: o problema, o produto em uso, o resultado. Renderizados em 16:9 para preencher um slide sem recorte. Decks de captação os reaproveitam por meses.
03 Kit para a loja de apps	Uma cena de dispositivo com as telas trocadas, nos tamanhos que a loja exige. Mande as telas finais: uma tela alterada depois do render é um novo render.
04 Cortes para redes	Alguns segundos cada, em 9:16, 1:1 e 4:5, tirados do hero e da ação. Diga os formatos no briefing para que a câmera deixe espaço para cada recorte.
05 Uma ação em CGI	Um clipe FOOH ou o produto num momento do mundo real, de oito a quinze segundos, uma ideia e um lugar. É o item que as pessoas compartilham, então fica com a verba que os extras levariam.
06 Pule: cada tela num dispositivo	A fileira da loja e o deck precisam de poucas. As outras telas podem entrar na mesma cena depois, quando uma versão precisar delas.
07 Pule: cada dispositivo e cor	Um dispositivo numa cor sustenta um lançamento. Acrescente o tablet quando existir uma versão para tablet.
08 Pule: uma persona por segmento	Uma cena do produto em uso serve ao deck, ao site e à imprensa. As pessoas no quadro podem vir de uma sessão de fotos, de CGI ou de um modelo gerado por IA; decida isso primeiro.
09 Pule: o explicativo longo	As funcionalidades mudam na próxima versão. Coloque a explicação nas telas da loja e num corte curto.

A PÁGINA ÚNICA

O briefing curto para um kit de lançamento

Um lançamento como o que você viu acima não começa de uma especificação criativa. Começa de algo parecido com isto, quase sempre no corpo de um e-mail com um link para as telas, e já basta para orçar o kit inteiro e começar o hero.

01	O produto	Uma linha, mais as exportações das telas, um link do Figma ou uma versão de teste.
02	O momento	Lançamento na loja, rodada de captação, rebranding ou nova funcionalidade.
03	Onde vai rodar	Loja de apps, deck, landing page, redes, mídia paga. Esta lista é a lista de planos.
04	A tela principal	A tela que explica o produto num relance.
05	O dispositivo	Qual celular ou notebook, em qual cor. No máximo um de cada.
06	Pessoas no quadro	Nenhuma, uma sessão de fotos real, um personagem em CGI ou um modelo gerado por IA.
07	A ação, se houver	Uma ideia e a cidade ou o tipo de lugar onde ela deve ser vista.
08	Arquivos da marca	Logo, tipografia e cores, e quais telas já são finais.
09	A data	A real: o envio para a loja, a reunião com investidores, o post de lançamento.
10	O orçamento	Um valor ou uma faixa. É o caminho mais rápido para um kit sob medida.

Congele as telas primeiro

Os renders são construídos em torno das telas que você manda. Uma tela que muda depois do render é um novo render, então feche a tela principal e a fileira da loja antes de começarmos e mande o resto depois, como trocas.

Diga o momento, pule a especificação

A maioria dos briefings que recebemos hoje foi escrita por um modelo de linguagem e pede tudo. Diga o momento e os lugares onde ele será visto, e deixe quem faz esses visuais todos os dias propor o kit.

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	US\$ 100 - 300	US\$ 250 - 600
Imagem interna, avulsa	US\$ 120 - 350	US\$ 300 - 700
Pacote de 5 - 8 vistas	US\$ 600 - 1.500	US\$ 1.500 - 4.000
Animação, por minuto	US\$ 1.000 - 3.000	US\$ 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 telas e a data

Exportações das telas ou um link do Figma, o deck que você está montando, os arquivos da marca e a data do lançamento ou da reunião, do jeito que estiverem. Respondemos com o kit que nós pediríamos, um preço e as perguntas que definem os dois - por escrito, sem ligação de vendas.

O formulário de contatomaverickframe.com/contacts/**Publicidade FOOH e CGI**maverickframe.com/pt-br/servicos/publicidade-fooh-cgi/**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.