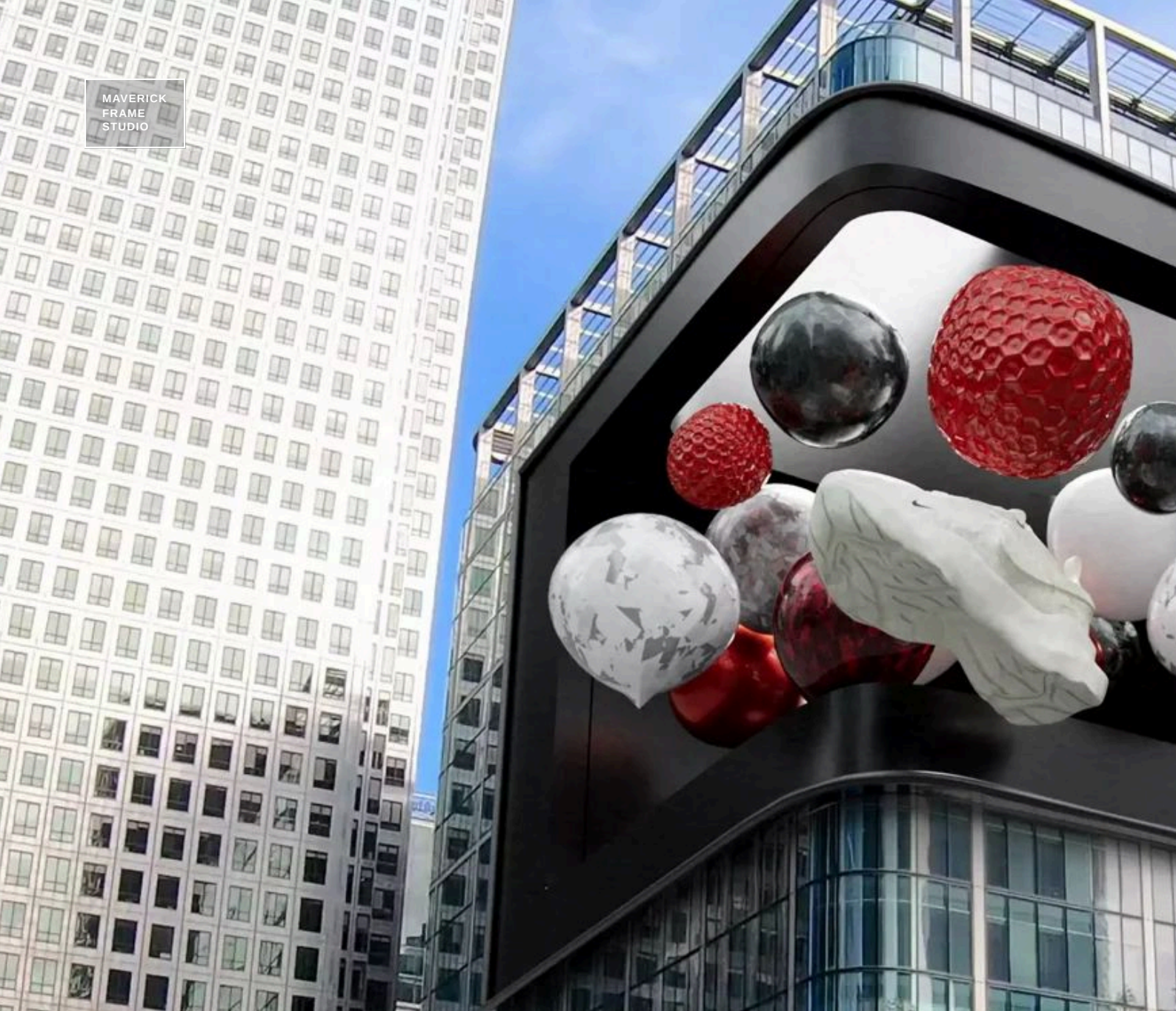




GUIA PRÁTICO / EDIÇÃO 2026

Doze perguntas antes que o cliente veja o render.

Faça-as antes de entregar a campanha de um cliente a qualquer estúdio de CGI. Um parceiro que vale a sua margem responde às doze num só e-mail. O errado some lá pela pergunta quatro.

COMECE AQUI

Toda falha era visível antes do briefing sair

CGI de agência raramente falha no portfólio. Todo estúdio tem um bom. Falha nos cinco pontos abaixo, quase sempre na semana antes da veiculação, e cada um deles poderia ter sido percebido no primeiro e-mail, se alguém tivesse perguntado.

O QUE PROMETERAM NA REUNIÃO DE VENDA	O QUE VOCÊ DESCOBRE NA TERCEIRA SEMANA
01 “Damos conta do seu pico”	A capacidade acaba antes das demandas. Três campanhas caem no mesmo mês. A sua entra na fila atrás de uma conta maior, e o visual da concorrência chega depois da concorrência.
02 “É só mandar as amostras”	O produto não está pronto para a sessão de fotos. As amostras chegam atrasadas e na cor errada. O estúdio espera o produto, e a data de lançamento não se move.
03 “As revisões estão incluídas”	O feedback do cliente chega tarde e com frequência. A terceira rodada do cliente sobre as cores reabre a cena, e cada rodada depois da segunda vem com uma taxa que ninguém orçou.
04 “Nosso pipeline de IA é rápido”	Visuais de IA e de banco de imagens não passam na aprovação. O key visual sai sem nitidez, o texto do rótulo vem ilegível, a tampa tem o formato errado, e o time da marca reprova.
05 “Entregamos um master, vocês recortam”	Cada canal exige um formato diferente. O 9:16 corta o produto, o outdoor precisa de mais céu, e os formatos de marketplace nunca foram renderizados.

Você não está escolhendo um portfólio. Está escolhendo um processo.

As doze perguntas das duas próximas páginas testam o processo. Cada uma corresponde a uma das falhas acima, e cada uma tem uma resposta que você confere antes de o cliente ver um único frame.



Render de produção da Maverick Frame.

O TESTE, PARTE UM

Perguntas 1 a 6: capacidade e produto

Envie do jeito que estão. Você não procura entusiasmo; procura números, nomes e datas. Resposta vaga também é resposta.

PERGUNTE ISTO	UMA BOA RESPOSTA SOA ASSIM	DESISTA SE
1. Se três campanhas nossas caírem no mesmo mês, quem trabalha nelas?	Equipes do próprio estúdio em paralelo, e um gerente de projeto nomeado para a sua agência.	Um freelancer, "a nossa rede", ou silêncio.
2. Alguma parte do trabalho vai para outra empresa, e de quem é o nome nos arquivos?	"Não", ou um sim honesto com o motivo. White label por padrão, o seu NDA assinado, nenhum contato com o seu cliente.	O logo do estúdio nos arquivos, ou vontade de apresentar ao seu cliente.
3. Quando vejo o primeiro rascunho, e se a data de veiculação for antecipada?	De 3 a 5 dias úteis para um still com briefing completo, e urgência com preço: cerca de metade do prazo por uns 40% a mais.	"O quanto antes", ou urgência sem preço.
4. Vocês constroem o produto antes de a amostra existir, e a partir de quê?	Sim, a partir de CAD, facas de embalagem ou fotos nítidas, com a lista do que falta e uma conferência quando a amostra chegar.	"Mande primeiro o produto físico."
5. Como vocês conferem o modelo com o produto real?	Uma checagem de precisão: medidas do CAD, rótulo dos arquivos de impressão, cor casada com uma amostra e uma prévia para aprovação.	"Vai ficar certo."
6. Do que vocês precisam de nós para começar esta semana?	Uma lista curta: o briefing em qualquer formato, referências, arquivos do produto, as veiculações e a data.	Um questionário de trinta páginas antes do orçamento.

Por que a pergunta 2 protege a sua margem

White label não é cortesia. Se o nome do estúdio está nos arquivos ou ele entra nas reuniões com o seu cliente, a relação e o preço deixam de ser seus. Um bom parceiro fatura apenas para a sua agência, então é você quem define o preço do cliente, e a sua margem fica em sigilo.



Render de produção da Maverick Frame.

O TESTE, PARTE DOIS

Perguntas 7 a 12: revisão, qualidade, formatos

PERGUNTE ISTO	UMA BOA RESPOSTA SOA ASSIM	DESISTA SE
7. Quantas rodadas de revisão estão incluídas, e o que conta como uma?	Um número fixo, em geral duas no rascunho e uma no final, com a rodada definida como uma lista consolidada.	“Revisões ilimitadas”. Significa que ninguém as orçou.
8. Com a cena pronta, quanto custa uma nova cor ou um novo ângulo?	Bem menos que a primeira vista, porque o modelo, os materiais e a luz já existem.	Cada cor orçada como um render novo.
9. Onde vocês usam IA, e onde uma pessoa decide?	Uma resposta direta: IA onde economiza tempo, o produto em si modelado e iluminado, e um diretor de arte conferindo cada frame.	Nenhuma resposta, ou um key visual gerado do início ao fim.
10. Posso ver um frame em andamento ao lado do final?	Um render de argila, um wireframe ou um passe de luz de um trabalho recente, compartilhado sob NDA.	Só imagens finalizadas do portfólio, nada no meio do caminho.
11. Quais formatos vocês vão renderizar, e quando combinamos isso?	Todas as veiculações do plano de mídia listadas no início, com áreas de segurança para 16:9, 9:16, 4:5 e 1:1 definidas na cena.	Uma imagem master e “vocês podem recortar”.
12. Quem guarda os arquivos de cena, e dá para tirar deles uma nova veiculação depois?	O estúdio arquiva as cenas de trabalho e renderiza novos cortes a partir delas no próximo flight.	Depois da entrega só existem os JPEGs finais.

10 - 12

BOAS RESPOSTAS: CONTRATE E PEÇA A DATA DO PRIMEIRO RASCUNHO POR ESCRITO

7 - 9

PEÇA UM RENDER DE TESTE NUM BRIEFING REAL ANTES DA CAMPANHA

0 - 6

DESISTA, POR MAIS FORTE QUE PAREÇA O PORTFÓLIO

A pergunta que os estúdios mais evitam é a número 9

Usar IA não é o problema. Esconder, sim, porque aí um rótulo ilegível ou uma proporção errada é encontrado pelo time da marca do seu cliente, não pelo estúdio. Pergunte onde uma pessoa aprova cada frame e repare no nível de detalhe da resposta.



Render de produção da Maverick Frame.

ENVIE

Um e-mail, três estúdios, um dia

Você não precisa de uma ligação para aplicar o teste. Cole o e-mail abaixo, anexe o que já tem e envie ao mesmo tempo para os três estúdios da sua lista. As respostas chegam em um dia útil, e a diferença entre elas costuma ficar clara já no segundo parágrafo.

O E-MAIL PARA ENVIAR

01	Assunto	CGI para uma campanha de [categoria de produto], orçamento e doze perguntas
02	Linha 1	Precisamos de [número] stills e [número] filmes de [produto] para [concorrência / lançamento / always-on], primeira veiculação em [data].
03	Linha 2	Em anexo: CAD ou facas de embalagem, referências de acabamento e o plano de mídia com as veiculações.
04	Linha 3	O trabalho é white label, sob o nome da nossa agência. Nosso NDA está anexo; pedimos respostas com números e nomes.
05	Linha 4	Cole aqui as perguntas 1 a 12 das páginas 03 e 04.
06	Linha 5	Vamos decidir em até [número] dias úteis depois de receber as três respostas.

O que as boas respostas têm em comum

São curtas. Respondem em dias úteis e em dólares, dão nome às pessoas e devolvem uma ou duas perguntas sobre as veiculações e a data de veiculação.

O que nós responderíamos

Os nossos números estão na próxima página, no mesmo formato, para você nos avaliar com o mesmo teste.



Render de produção da Maverick Frame.

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/
--------------------------------	---

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.