



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Un solo modelo, del Pitch al Always-on. **\$7.200 menos.**

Qué CGI encargar desde el Pitch hasta el flujo Always-on, qué aporta el modelo del producto a cada etapa siguiente y una campaña de lanzamiento presupuestada frente a empezar cada etapa desde cero.

EMPIECE AQUÍ

Un producto, cinco proveedores, cinco modelos

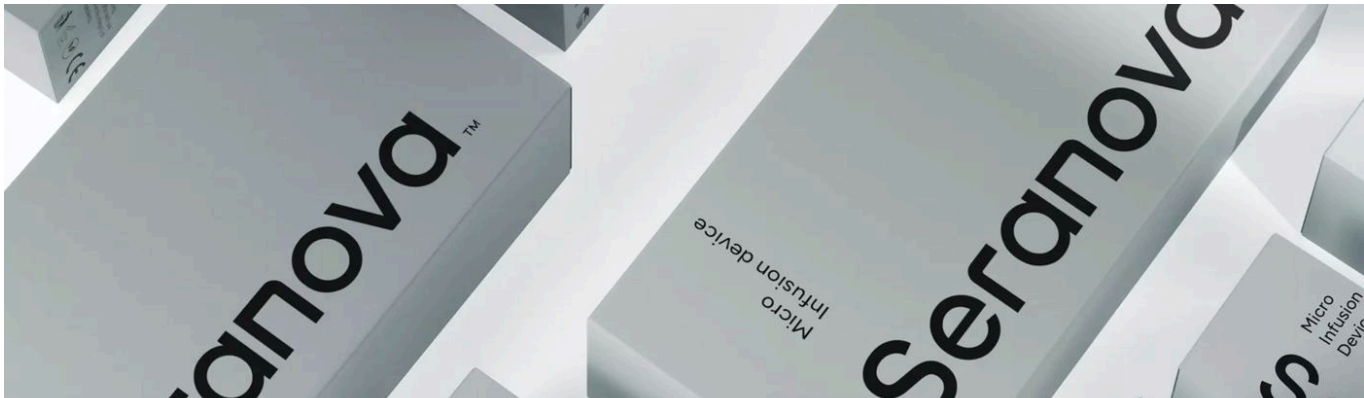
Una campaña de lanzamiento renderiza el mismo producto muchas veces entre el Pitch y la última creatividad Always-on: frames de ambiente para ganar la cuenta, styleframes para la aprobación de su cliente, imágenes principales y vídeos para la fecha de emisión, cada corte que pide el plan de medios y, después, un flujo mensual de anuncios nuevos. El producto apenas cambia. El modelo suele construirse de nuevo en cada paso.

La razón es corriente. Los frames del pitch los hace quien estaba libre esa semana; los visuales de aprobación, un freelancer; la producción, el estudio que ganó el presupuesto; los cortes, un equipo de adaptación, y los anuncios Always-on, el proveedor de la agencia de performance. Cada uno modela el producto desde el CAD, vuelve a ajustar etiqueta y color y lo ilumina de nuevo. Y los soportes, necesarios el día del lanzamiento, suelen encargarse después de aprobar la imagen principal.

COMPRADO ETAPA POR ETAPA		PLANIFICADO COMO UNA HOJA DE RUTA	
01	El modelo del Pitch se tira después del pitch	Modelo del Pitch con precisión de producción, archivado	
02	Cada proveedor vuelve a ajustar etiqueta y color	Un solo control de precisión, validado en Aprobación	
03	Formatos recortados de un máster tras la aprobación	Áreas seguras de cada soporte fijadas en la escena	
04	Los anuncios Always-on se encargan como proyectos nuevos	Creatividades mensuales renderizadas desde las mismas escenas	

El modelo es el activo. Páguelo una vez.

Modelar el producto y ajustarlo a su CAD, su etiqueta y sus colores es la parte más lenta del CGI de campaña. Conserve el modelo, y cada etapa posterior paga cámaras, luz y formatos, no el producto otra vez.



Render de producción de Maverick Frame.

LA HOJA DE RUTA

Qué CGI encargar, etapa por etapa

Cinco etapas, del Pitch al flujo Always-on. La última columna es lo que el estudio debe pasar a la etapa siguiente, para que empiece desde un producto aprobado e iluminado y no desde un modelo nuevo.

ETAPA	ENCARGUE ESTOS VISUALES	QUIÉN LOS USA	PASA A LA SIGUIENTE
Pitch	Frames de ambiente y uno o dos visuales de prueba de concepto	Su equipo creativo, el jurado del pitch	Modelo del producto, primer look e iluminación
Aprobación	Vistas previas, controles de precisión del producto y styleframes	Los equipos de marca y de producto de su cliente	Modelo, etiqueta y colores aprobados
Producción	Imágenes principales, vídeos, spots FOOH y packshots	La campaña, con la fecha de emisión encima	Escenas principales, cámaras y look-dev
Lanzamiento	Cada corte, recorte y formato para OOH, redes de pago, marketplaces, prensa y retail	Compradores de medios, retailers, prensa	Configuración de formatos y áreas seguras
Always-on	Escenas nuevas, variantes de temporada y creatividades frescas	Equipos de performance y de social media	Toda la biblioteca, para la próxima campaña

Empiece donde esté

Si está en Producción, encargue ya las imágenes principales y los vídeos y pida dos cosas: que cada soporte del plan de medios se configure en la escena antes de renderizar y que se conserven los archivos de escena. Los cortes del Lanzamiento y las creatividades Always-on partirán entonces de escenas iluminadas y aprobadas, no de un modelo nuevo.



Render de producción de Maverick Frame.

LO QUE CUESTA

Una campaña de lanzamiento, presupuestada dos veces

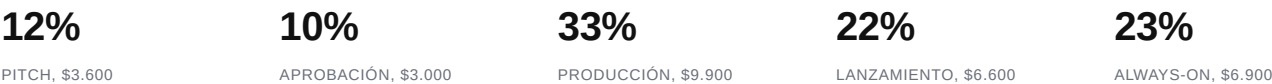
Un compuesto para un producto envasado lanzado en OOH, redes de pago y marketplaces, a tarifas medias de estudio. Los precios unitarios son idénticos en ambos totales.

	PARTIDA	BASE	A TARIFAS DE ESTUDIO
01	Pitch: modelo del producto desde el CAD, nivel producción	una vez	\$1.800
02	Pitch: tres frames de ambiente, dos pruebas de concepto	3 x \$300 + 2 x \$450	\$1.800
03	Aprobación: control de etiqueta, color y precisión	modelo reutilizado del Pitch	\$650
04	Aprobación: tres vistas previas y cuatro styleframes	3 x \$250 + 4 x \$400	\$2.350
05	Producción: look-dev principal y entornos	escena reutilizada de Aprobación	\$1.400
06	Producción: seis imágenes principales	6 x \$500	\$3.000
07	Producción: vídeo principal, 30 s	0,5 min x \$7.000	\$3.500
08	Producción: spot FOOH sobre plano urbano, 15 s	0,25 min x \$8.000	\$2.000
09	Lanzamiento: configuración de formatos y áreas seguras	escenas reutilizadas de Producción	\$1.000
10	Lanzamiento: ocho cortes de vídeo, 20 imágenes nuevas	8 x \$300 + 20 x \$60	\$3.600
11	Lanzamiento: ocho packshots para marketplaces	8 x \$250	\$2.000
12	Always-on: sets de temporada y fondos nuevos	escenas reutilizadas de Lanzamiento	\$900
13	Always-on: doce creatividades nuevas	12 x \$300	\$3.600
14	Always-on: seis loops para redes, 6 s cada uno	0,6 min x \$4.000	\$2.400
	Etap Pitch		\$3.600
	Etap Aprobación		\$3.000
	Etap Producción		\$9.900
	Etap Lanzamiento		\$6.600
	Etap Always-on		\$6.900

Planificado como una hoja de ruta \$30.000

Lo mismo, comprado etapa por etapa desde cero \$37.200

Desde cero, cada etapa va a un proveedor nuevo que modela otra vez el producto desde el CAD por los mismos \$1.800 del Pitch y cobra igual su trabajo de escena. Con una hoja de ruta, el modelo se hace una vez: \$7.200 menos.



LA PÁGINA ÚNICA

Qué enviarnos en cada etapa

Los clientes cuyos logotipos aparecen en nuestras páginas no envían pliegos de especificaciones para el CGI de campaña. Las agencias envían un brief en cualquier formato, los archivos del producto y una línea sobre dónde se publicará el trabajo. En cualquier etapa, eso basta para presupuestar.

01	Pitch: la idea	El concepto, el producto y una o dos referencias. Basta un deck o unas líneas en un correo.
02	Pitch: la fecha	Cuándo presentan, para que los frames lleguen con un día de margen para su propia revisión.
03	Aprobación: el producto	CAD, troqueles o fotos de una muestra, con la etiqueta y los archivos de impresión.
04	Aprobación: los colores	Una referencia Pantone o una muestra física de cada color que vende su cliente.
05	Producción: la lista de planos	Las imágenes, los vídeos y los planos FOOH que necesita, con duraciones y los mercados donde se emiten.
06	Producción: la fecha de emisión	La primera fecha de emisión. Un minuto de vídeo lleva de 4 a 6 semanas.
07	Lanzamiento: el plan de medios	Cada soporte con su tamaño, formato y límite de duración, antes de empezar a renderizar.
08	Always-on: el calendario	Las temporadas, los mercados y el volumen mensual de creatividades que prevé.
09	Cualquier etapa: el NDA	Su NDA y cómo deben nombrarse los archivos sin marca para su cliente.

Cambie de etapa, conserve la escena

Pídanos que conservemos el modelo, los materiales, las cámaras y la configuración de formatos al entregar una etapa. Cuando llegue la siguiente etapa o temporada, envíe los cambios y solo presupuestamos las escenas, planos y cortes nuevos.

Tarifas y condiciones al dorso

Los rangos de freelance y de estudio, nuestros plazos de producción y lo que cubre una ronda de revisión están en la página siguiente, para que pueda comprobar las tarifas detrás de este compuesto.



Render de producción de Maverick Frame.

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 lo que ya tenga

Planos, un modelo, fotografías o un borrador de brief, en el estado en que estén. Le responderemos con un alcance, un precio y las preguntas que lo deciden, por escrito y sin llamada comercial.

El formulario de contactomaverickframe.com/contacts/

CGI para agenciasmaverickframe.com/es/soluciones/agencias-de-marketing/

O simplementeresponda 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.