



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Cinco pasos. Una estética fijada. Generada una vez.

Qué preparar y aprobar en cada paso de un vídeo con IA, del brief a la edición final, qué hereda cada paso del anterior y cómo se reparte el presupuesto entre ellos, a tarifas medias de estudio.

EMPIECE AQUÍ

Por qué el presupuesto se escapa entre pasos

Un vídeo con IA rara vez se sale de presupuesto por la generación en sí. Se sale porque las decisiones se toman en el orden equivocado: los planos se generan antes de cerrar la historia, la estética se elige cuando ya existen cincuenta clips y las versiones para anuncios las monta otro equipo desde cero.

Cada decisión tardía tira trabajo que ya existe. Una nueva frase de arranque significa planos nuevos; un nuevo color de luz significa rehacer todos los clips; un equipo aparte para las versiones de redes significa generar por segunda vez el reparto y el producto, que ya no coinciden con el film.

A GOLPE DE PROMPT, PLANO A PLANO		PLANIFICADO COMO UNA HOJA DE RUTA	
01	Clips generados antes de acordar el guion	Guion y storyboard aprobados antes del primer fotograma	
02	La estética elegida cuando ya hay decenas de clips	Un fotograma clave por plano fija la luz, el reparto y la paleta	
03	El producto redibujado de otra forma en cada clip	Cada plano anclado a las mismas referencias del producto o al mismo modelo 3D	
04	Versiones para anuncios y redes hechas por otro equipo	Versiones cortas e imágenes de campaña sacadas de los planos aprobados	

La estética aprobada es el activo. Los clips son el resultado.

Un storyboard y un fotograma aprobado por plano son la parte más barata de un vídeo con IA y la parte de la que depende todo lo demás. Fíjelos primero y cada paso posterior anima y monta lo que ya está acordado, en lugar de volver a generarlo.



Fotograma de vídeo con IA de Maverick Frame.

LA HOJA DE RUTA

Qué aprobar en cada paso y qué se conserva

Los cinco pasos de abajo son los de nuestra página de producción de vídeo con IA. Para cada uno: qué se produce, quién lo aprueba y qué hereda el paso siguiente en lugar de pagarlo otra vez.

PASO	PRODUCIR Y APROBAR	QUIÉN LO APRUEBA	QUÉ SE CONSERVA
Brief	Objetivo, público, canales, duración y archivos de partida	Responsable de marketing, dueño de la marca	El brief con el que se contrasta cada paso posterior
Storyboard	Guion y storyboard plano a plano con tiempos	Marketing, el cliente, el área legal si hace falta	La lista de planos y los tiempos del montaje
Fotogramas	Un fotograma aprobado por plano: reparto, producto, luz, paleta	Responsables de marca y de producto	La estética de cada clip y de cada imagen de campaña
Animación	Cada fotograma animado en un clip corto, con las tomas flojas sustituidas	El estudio, y después su revisión	Los planos para todas las versiones del film
Edición	Film máster, etalonaje, títulos y versiones por canal	Marketing, compradores de medios	Una biblioteca de planos para la próxima campaña

Empiece donde esté

Si ya tiene guion, empiece en Storyboard y pida que los fotogramas clave se aprueben antes de animar ningún clip. Eso es lo que permite que la edición, las versiones cortas y las imágenes de campaña reutilicen los mismos planos en lugar de generarlos de nuevo.

No todos los proyectos pasan por los cinco pasos. Un loop de producto puede ir del Brief a la Animación en días; un film de marca siempre necesita Storyboard. El orden se mantiene: lo que se aprueba primero es lo que reutilizan los pasos posteriores.



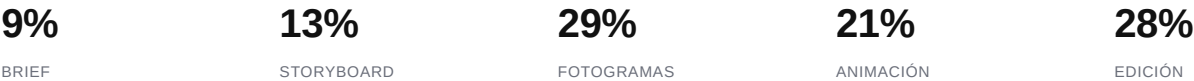
Fotograma de vídeo con IA de Maverick Frame.

LO QUE CUESTA

Un film de 90 segundos, cinco pasos, partida a partida

Un ejemplo compuesto: un film de marca con IA de 90 segundos y 30 planos, con tres versiones cortas y diez imágenes de campaña, a tarifas medias de estudio. La estética se desarrolla una sola vez en Fotogramas; las partidas marcadas como reutilizadas cuestan menos porque no se vuelve a generar nada.

	PARTIDA	BASE	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Brief: brief creativo, guion y lista de planos	una vez	\$315
02	Storyboard: 30 planos con tiempos	una vez	\$450
03	Fotogramas: desarrollo de estética, reparto, paleta, referencia de producto	creación, una vez	\$450
04	Fotogramas: un fotograma aprobado por plano	30 x \$20, estética reutilizada	\$600
05	Animación: un clip por plano, tomas flojas sustituidas	30 x \$25, fotogramas reutilizados	\$750
06	Edición: montaje máster, etalonaje y títulos	90 s, una vez	\$450
07	Edición: versiones cortas 9:16, 1:1 y 6 s	3 x \$90, planos reutilizados	\$270
08	Edición: imágenes de campaña de los planos aprobados	10 x \$30, estética reutilizada	\$300
	Subtotal Brief		\$315
	Subtotal Storyboard		\$450
	Subtotal Fotogramas		\$1.050
	Subtotal Animación		\$750
	Subtotal Edición		\$1.020
	Planificado como una hoja de ruta		\$3.585
	Los mismos entregables hechos por separado, desde cero		\$4.865



Desde cero significa las mismas partidas más \$1.280: los \$450 de desarrollo de estética repetidos para las versiones cortas y para las imágenes de campaña, las versiones cortas montadas como anuncios nuevos a \$150 cada una en lugar de \$90, y las imágenes de campaña generadas de nuevo a \$50 cada una en lugar de \$30. Los porcentajes de arriba son sobre el total planificado de \$3.585.

LA HOJA ÚNICA

Qué enviarnos en cada paso

Los equipos cuyos logotipos aparecen en nuestras páginas de servicios no envían largas especificaciones. En cada paso mandan unas pocas cosas como estas, normalmente en el cuerpo de un correo, y basta para presupuestar y empezar a trabajar.

01	Brief: el objetivo	Qué tiene que conseguir el film, para quién, dónde se verá y cuánto puede durar.
02	Brief: el producto	Fotos del producto desde varios ángulos, o un CAD o modelo 3D si la forma debe ser exacta.
03	Brief: la marca	Archivos del logotipo, el manual de marca y dos o tres referencias que le gusten.
04	Storyboard: la historia	Un guion o unas líneas con la idea; si no tiene guion, lo convertimos nosotros en planos.
05	Storyboard: quién aprueba	Quién da el visto bueno y si el área legal o el cliente tienen que verlo.
06	Fotogramas: el reparto	Personas, lugares u objetos que deben aparecer, o que no deben aparecer.
07	Animación: el ritmo	Referencias de ritmo y movimiento de cámara, si tiene alguna preferencia.
08	Edición: los canales	Formatos, duraciones, subtítulos y títulos o cierres por canal.
09	Cada paso: el presupuesto	Una cifra o un rango. Es el camino más rápido hacia un alcance que encaje, y no es una debilidad.

Cambie la campaña, conserve la estética

Si hicimos su film, una nueva versión empieza con un correo: indique el nuevo mensaje, los canales y las fechas. Los fotogramas y planos aprobados están archivados, así que el presupuesto parte solo de los planos nuevos, no de una estética nueva.

Nuestras condiciones, en la página siguiente

Las tarifas de mercado, los plazos y qué cuenta como ronda de revisión están en la página 06. El ejemplo compuesto de la página 04 está calculado a tarifas medias de estudio.



Visual de producto con IA 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/

Producción de vídeo con IAmaverickframe.com/es/servicios/produccion-de-video-con-ia/

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.