

MAVERICK FRAME SITE HEALTH

One score.
Every check
behind it.

Overall score	28 checks
Weighted by severity	5 checks
Needs attention	3 checks
Not resolved - never counted as passed	2 checks
Includes: Core Web Vitals, SEO, CSP and MCP	



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Cinco etapas. Una historia de producto. Hecha una vez, no cinco.

Qué vídeos encargar desde el primer pitch hasta el lanzamiento, el ciclo de venta y la siguiente versión, qué hereda cada vídeo del anterior y qué enviar en cada etapa.

EMPIECE AQUÍ

Cinco proveedores, cinco estilos, un producto

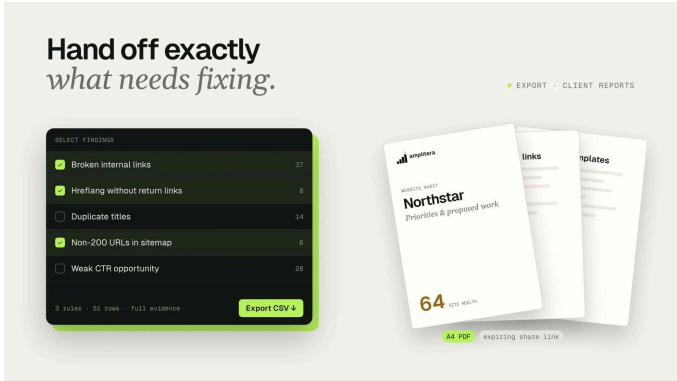
La mayoría de las empresas de software compra vídeo etapa por etapa. Una animación de pitch hecha por un freelance, un vídeo de lanzamiento de una agencia, vídeos demo grabados por el equipo de producto, clips de onboarding de soporte y anuncios para redes de una agencia de performance.

Cada uno explica el mismo producto desde cero, y cada uno lo hace parecer un poco distinto. El comprador ve cinco productos donde usted vende uno, y usted paga la historia cinco veces.

COMPRADO ETAPA POR ETAPA		PLANIFICADO COMO UNA HOJA DE RUTA	
01	La historia se reescribe para cada vídeo nuevo	La historia y las escenas se crean una vez y se actualizan con el producto	
02	Cada vídeo de función empieza con un archivo en blanco	Los vídeos de funciones reutilizan el estilo y las escenas aprobados	
03	Pitch, vídeo de lanzamiento y anuncios parecen tres marcas	Un mismo estilo en la presentación, la web, el producto y los anuncios	

El activo es la historia. Los vídeos son el resultado.

Un guion aprobado, un estilo y un conjunto de escenas de interfaz animadas son la mayor parte del primer vídeo. Si se quedan en un mismo estudio, cada vídeo posterior se reduce a escenas nuevas y ajustes, sin volver a empezar.



Render de producción de Maverick Frame.

LA HOJA DE RUTA

Qué encargar en cada etapa y qué se conserva

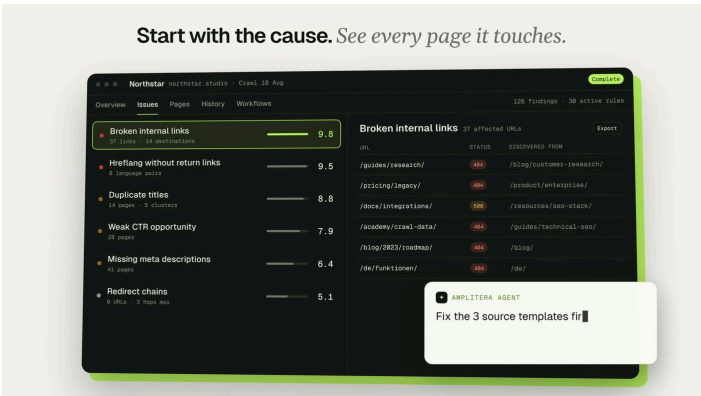
Cinco etapas, en el orden en que las vive la mayoría de los productos de software. Cada fila indica qué encargar, quién lo verá y qué reutiliza la etapa siguiente.

ETAPA	ENCARGUE ESTOS VÍDEOS	QUIÉN LOS USA	SE CONSERVA
Pitch	Un vídeo conceptual corto o una historia de producto animada para la presentación	Inversionistas, primeros clientes	El guion y el estilo
Lanzamiento	El vídeo explicativo principal más cortes de 15 y 6 segundos	Web, publicaciones de lanzamiento, prensa	Las escenas y el montaje
Ventas	Vídeos demo de producto y de funciones para llamadas y correos	Equipo comercial, clientes potenciales	Las escenas de interfaz
Onboarding	Vídeos de uso y configuración para nuevos usuarios	Clientes, soporte	El lenguaje visual
Crecimiento	Anuncios en vertical y cuadrado, vídeos de cada versión	Anuncios, redes sociales, notas de versión	Un proyecto listo para la siguiente versión

Empiece por donde está

Si el lanzamiento es el mes que viene, encargue ahora el vídeo de lanzamiento y pida que el proyecto se guarde con sus escenas y su estilo. Eso es lo que permite que los vídeos demo, los anuncios y la siguiente función lo reutilicen en lugar de empezar de nuevo.

No todos los productos pasan por las cinco etapas. Un producto ya en el mercado puede empezar en Ventas con una serie de demos; una startup puede quedarse en el Pitch hasta cerrar la ronda. El orden se mantiene, y también la regla: la etapa que llega primero crea las escenas que reutilizan las demás.



Render de producción de Maverick Frame.

VÍDEO A VÍDEO

Un producto, cinco etapas, vídeo a vídeo

Un conjunto típico para un producto de software. El primer vídeo concentra la preparación: el guion, los fotogramas de estilo y las escenas de interfaz. Cada vídeo posterior parte de ellos, y ahí es donde se ahorran tiempo y presupuesto.

VÍDEO	DURACIÓN TÍPICA	PARTE DE
Vídeo de pitch para la presentación	De 30 a 60 segundos	Un guion y fotogramas de estilo nuevos
Vídeo explicativo principal del lanzamiento	De 60 a 90 segundos	El guion y el estilo del pitch
Cortes de lanzamiento para redes	De 6 a 15 segundos	Escenas del vídeo principal
Vídeos demo de producto	De 1 a 3 minutos cada uno	Las escenas de interfaz
Vídeos de funciones y de nuevas versiones	De 20 a 45 segundos cada uno	Las escenas de interfaz y el montaje
Vídeos de onboarding y de cómo funciona	De 1 a 2 minutos cada uno	El lenguaje visual y las escenas
Versiones verticales y cuadradas para anuncios	De 6 a 30 segundos	Los vídeos máster

Planifique el primer vídeo para reutilizarlo

Dígale al estudio desde el principio qué vídeos vendrán después, para que el primero se construya con escenas, capas y estilos que los siguientes puedan abrir y cambiar.

Las duraciones típicas son una orientación, no una regla: la historia decide la duración. Nuestros plazos y qué cuenta como ronda de cambios están en la página 06.

EN UNA PÁGINA

Qué enviarnos en cada etapa

La lista breve de materiales que deciden el precio y el plazo en cada etapa. Envíe lo que tenga; lo que falte se convierte en preguntas, no en retrasos.

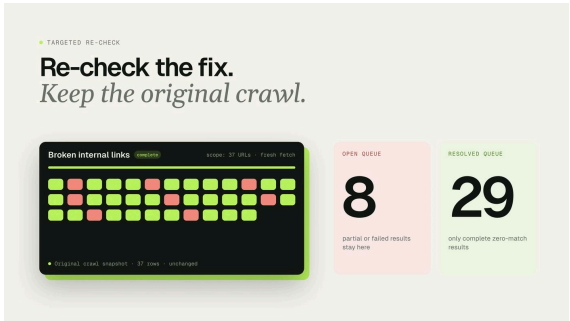
01	Pitch: la historia	El problema, el producto en una frase, el público y dos vídeos que admire.
02	Pitch: la presentación	El pitch deck o el one-pager actual, para que el vídeo y las diapositivas digan lo mismo.
03	Lanzamiento: el producto	Acceso al producto o una cuenta demo, y las pantallas que más importan.
04	Lanzamiento: la marca	Logo, colores, tipografías y cualquier guía de motion o de interfaz.
05	Ventas: las preguntas	Las preguntas que hacen los clientes potenciales en cada llamada, ordenadas por frecuencia.
06	Onboarding: los pasos	El flujo de configuración y los tres puntos donde se atascan los nuevos usuarios.
07	Crecimiento: los canales	Anuncios, redes sociales, la web: formatos, duraciones y fechas.
08	Cada etapa: la fecha	El lanzamiento, la feria o la ronda. Planificamos hacia atrás desde esa fecha.

Cambie de etapa, conserve las escenas

Si ya hicimos un vídeo de su producto en una etapa anterior, basta un correo para reabrir el proyecto: indique la etapa, los vídeos nuevos y qué ha cambiado en el producto desde entonces. Las escenas están guardadas, así que el presupuesto parte del trabajo nuevo, no de la preparación.

Nuestras condiciones, en la página siguiente

Nuestros plazos y qué cuenta como ronda de cambios están en la página 06. Las duraciones de la página 04 son típicas, y cada proyecto recibe un presupuesto cerrado para su alcance exacto.



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 contacto	maverickframe.com/contacts/
Vídeos explicativos	maverickframe.com/es/servicios/video-explicativo/
O simplemente	responda al correo con el que le llegó esta guía.

Escrita por quienes leen estos briefs

Dim Kuzmenko es cofundador 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.