



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Su FOOH se hizo viral. La nueva versión no debe costar otro asset.

Qué visuales encargar de la presentación al recorte, qué hereda el asset CGI y cómo se reparte el presupuesto por etapa, a tarifas de estudio de gama media.

EMPIECE AQUÍ

El asset es el presupuesto. Muchos lo pagan dos veces

En FOOH lo caro no es el vídeo. Es el objeto CGI: el producto gigante, modelado, texturizado y preparado para moverse e interactuar con una calle real. Todo lo demás en la campaña se construye alrededor de ese asset.

Los presupuestos se escapan cuando cada etapa lo trata como un trabajo nuevo. El equipo de la presentación dibuja su propia versión, el estudio de producción lo vuelve a modelar para el lanzamiento, y cuando la pieza funciona y la marca quiere tres ciudades más, un tercer equipo empieza desde los packshots. La segunda fuga es el calendario: los plates de localización se ruedan antes de que nadie compruebe qué necesita el CGI, y la composición tiene que pelearse con el metraje.

COMPRADO ETAPA A ETAPA

PLANIFICADO COMO UNA HOJA DE RUTA

01	Un equipo nuevo modela el producto en cada etapa	Un solo asset CGI, construido en la aprobación y guardado en archivo
02	Plates rodados sin datos de cámara ni de iluminación	Tracking, datos de lente y HDRI capturados en el rodaje
03	Lanzamiento montado en un formato y reencuadrado después, pagando	Renderizado con margen para vertical, cuadrado y horizontal
04	El recorte para una ciudad nueva, presupuestado como campaña nueva	Nuevas ciudades y temporadas sobre el asset existente

Planifique la segunda pieza antes de publicar la primera.

Un vídeo FOOH que funciona se vuelve a pedir, en otra ciudad o para otro producto. Si el asset, el rig y el look-dev se quedan en un solo estudio, la siguiente pieza es un plate nuevo y una composición nueva, no una producción nueva.



Render de producción de Maverick Frame.

LA HOJA DE RUTA

Qué encargar en cada etapa y qué se conserva

Las cinco etapas de abajo son las de nuestra página de FOOH. Para cada una: qué encargar, quién lo mira y qué hereda la etapa siguiente en lugar de pagarlo otra vez.

ETAPA	ENCARGUE ESTOS VISUALES	QUIÉN LOS USA	QUÉ SE HEREDA
Presentación	Fotogramas de concepto y un animatic básico	Marca y agencia	La idea y el movimiento de cámara aproximado
Aprobación	Styleframes y una previsualización del objeto CGI en la localización real	Aprobación del cliente	El asset CGI terminado, el look y el rig de animación
Rodaje	Plates de localización, tracking de cámara, HDRI y referencia de luz	Equipo de rodaje, compositores	Cámaras trackeadas y datos de luz por localización
Lanzamiento	El vídeo FOOH principal en versiones vertical, cuadrada y horizontal	Redes, medios pagados, prensa	El asset, la simulación y el etalonaje
Recorte	Nuevas ciudades, productos o versiones de temporada sobre el mismo asset	Piezas de seguimiento, nuevos mercados	Una biblioteca creciente de localizaciones y versiones

Empiece donde está

Si la idea está aprobada y va a rodar, planifique los plates en torno al CGI: pida al estudio una lista de planos con alturas de cámara, lentes y referencias necesarias, y que el tracking y el HDRI se capturen en el rodaje. Pida que el asset y el rig queden en archivo, para que las versiones de lanzamiento y cualquier recorte los reutilicen.



Render de producción de Maverick Frame.

LO QUE CUESTA

Un asset CGI, cinco etapas, presupuestado por partidas

Un presupuesto compuesto de una campaña FOOH en una sola localización con una continuación en dos ciudades, a tarifas de estudio de gama media. El asset se construye una vez, en la aprobación. Las filas marcadas como reutilizadas cuestan menos porque no hay que volver a modelar el producto.

	PARTIDA	BASE	A TARIFAS DE ESTUDIO
01	Presentación: fotogramas de concepto	3 x \$400	\$1.200
02	Presentación: animatic básico	borrador	\$1.300
03	Aprobación: asset CGI del producto, modelado y riggeado	se construye una vez	\$3.700
04	Aprobación: styleframes en la localización real	3 x \$500	\$1.500
05	Aprobación: previsualización del movimiento	borrador	\$1.800
06	Rodaje: tracking, HDRI y referencia de luz	1 localización	\$2.000
07	Lanzamiento: vídeo FOOH principal, 30 segundos	0,5 min x \$8.000, asset reutilizado de Aprobación	\$4.000
08	Lanzamiento: simulación y composición en el plate	por plano	\$2.800
09	Lanzamiento: versiones vertical, cuadrada y horizontal	3 x \$400	\$1.200
10	Recorte: dos ciudades nuevas, mismo asset	2 x \$2.150, asset reutilizado de Aprobación	\$4.300
11	Recorte: versión de temporada del producto	asset reutilizado, retexturizado	\$1.200
	Subtotal Presentación		\$2.500
	Subtotal Aprobación		\$7.000
	Subtotal Rodaje		\$2.000
	Subtotal Lanzamiento		\$8.000
	Subtotal Recorte		\$5.500
	Planificado como una sola hoja de ruta		\$25.000
	Los mismos visuales comprados etapa a etapa, desde cero		\$32.400

10%

PRESENTACIÓN

28%

APROBACIÓN

8%

RODAJE

32%

LANZAMIENTO

22%

RECORTE

Desde cero significa las mismas partidas más \$7.400: el asset CGI de \$3.700 construido otra vez por un equipo nuevo en Lanzamiento y otra vez en Recorte. Los porcentajes son sobre el total planificado de \$25.000.

LA PÁGINA ÚNICA

Qué enviarnos en cada etapa

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

01	Presentación: la idea	Un párrafo o un boceto: qué aparece, dónde y qué hace.
02	Presentación: la marca	El producto, sus packshots y el tono de la marca. Bastan enlaces.
03	Aprobación: el producto	CAD, troqueles del packaging o el producto físico como referencia.
04	Aprobación: la localización	La calle, el edificio o el monumento, con fotografías si las tiene.
05	Rodaje: el plan	Fecha de rodaje, cámara y lente, y quién estará en el set. Le devolvemos una lista de planos CGI.
06	Rodaje: los plates	Metraje en bruto, marcadores de tracking si los hay y referencia HDRI o de bola cromada.
07	Lanzamiento: los canales	Dónde se emite, orgánico, pagado o prensa, y la duración por canal.
08	Lanzamiento: los formatos	Vertical, cuadrado y horizontal, y cuál manda.
09	Recorte: las versiones	Nuevas ciudades, productos o temporadas, y qué plates existen para ellas.
10	Cada etapa: el presupuesto	Una cifra o un rango por etapa. Es el camino más rápido a un alcance que encaje, y no es una debilidad.

Cambie de etapa, conserve la escena

Si construimos su asset CGI para una etapa anterior, un recorte empieza con un correo: la nueva ciudad o producto, los plates que tiene y las fechas. El asset, el rig y el look-dev están en archivo, así que el presupuesto parte de la composición, no del modelado.

Nuestras condiciones, en la página siguiente

Tarifas de mercado, plazos y qué cuenta como una ronda de revisión están en la página 06. El presupuesto compuesto de la página 04 usa las mismas tarifas de estudio de gama media.

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/
Publicidad FOOH	maverickframe.com/es/servicios/publicidad-fooh/
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.