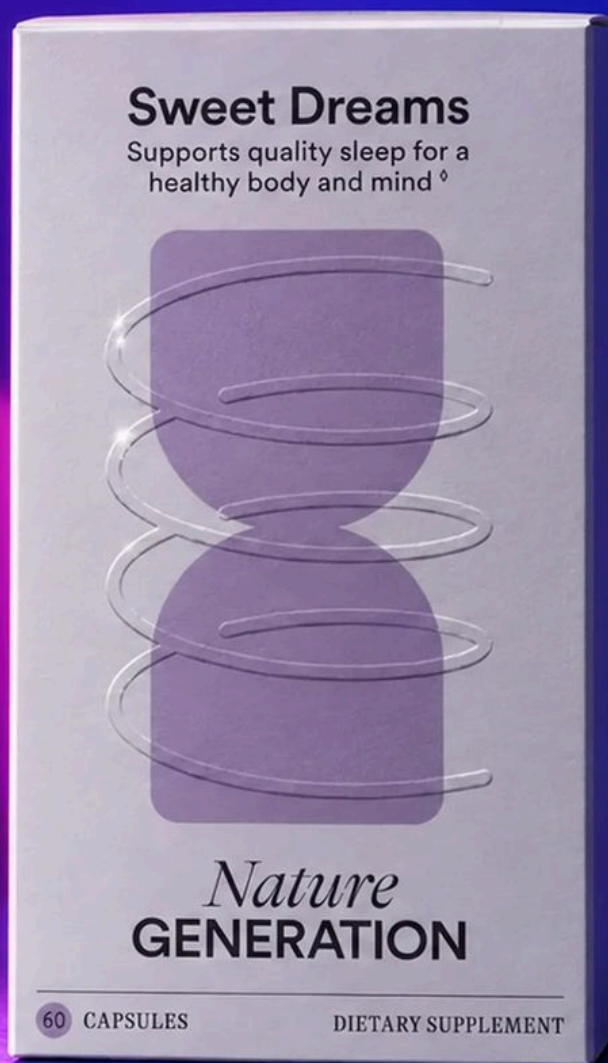




GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Del concepto a la ampliación: un modelo, pagado una vez.

Qué renders encargar desde la primera propuesta de etiqueta hasta el siguiente sabor, qué se reutiliza del modelo 3D del envase y cuánto cuesta cada fase, en un presupuesto tipo.

EMPIECE POR AQUÍ

Cinco proveedores, cinco botes, un producto

Los lanzamientos de suplementos rara vez se salen de presupuesto por un render. Se salen porque cada fase compra sus imágenes a quien tiene más a mano en ese momento: mockups de la agencia de diseño, un autónomo para la presentación a cadenas, un fotógrafo para las fichas, una productora para el lanzamiento y otro proveedor más para el siguiente sabor.

Cada uno reconstruye el envase a partir del mismo troquel, y cada conjunto sale ligeramente distinto: otro tapón, otro blanco, otra curva en la etiqueta. La otra fuga es el calendario. Las imágenes para cadenas encargadas cuando la reunión con el comprador ya estaba fijada, o las de ficha que siguen en el estudio cuando llega el stock, hacen su trabajo una semana tarde.

COMPRADO FASE A FASE		PLANIFICADO COMO UNA HOJA DE RUTA	
01	Cada fase reconstruye el envase desde el troquel	Un solo modelo del envase, actualizado según avanza el arte final	
02	Cada proveedor vuelve a aplicar todas las etiquetas	Etiquetas aplicadas una vez a resolución de impresión y guardadas	
03	Imágenes de retail y de fichas que no coinciden	Una escena maestra y una cámara por ángulo para todos los canales	
04	La película de lanzamiento parte de un archivo en blanco	La película se anima con modelos que ya existen	
05	Un sabor nuevo presupuestado como un proyecto nuevo	Un sabor nuevo es arte nuevo y un render	

El modelo es el activo. Las imágenes son el resultado.

Un envase construido en 3D a partir de su troquel, con cada etiqueta aplicada a resolución de impresión, es el mayor coste del primer conjunto. Si se queda en un solo estudio y se actualiza cuando cambia el arte final, cada conjunto posterior es iluminación, cámaras y render, no modelado.



Render de producción de Maverick Frame.

LA HOJA DE RUTA

Qué encargar en cada fase y qué se conserva

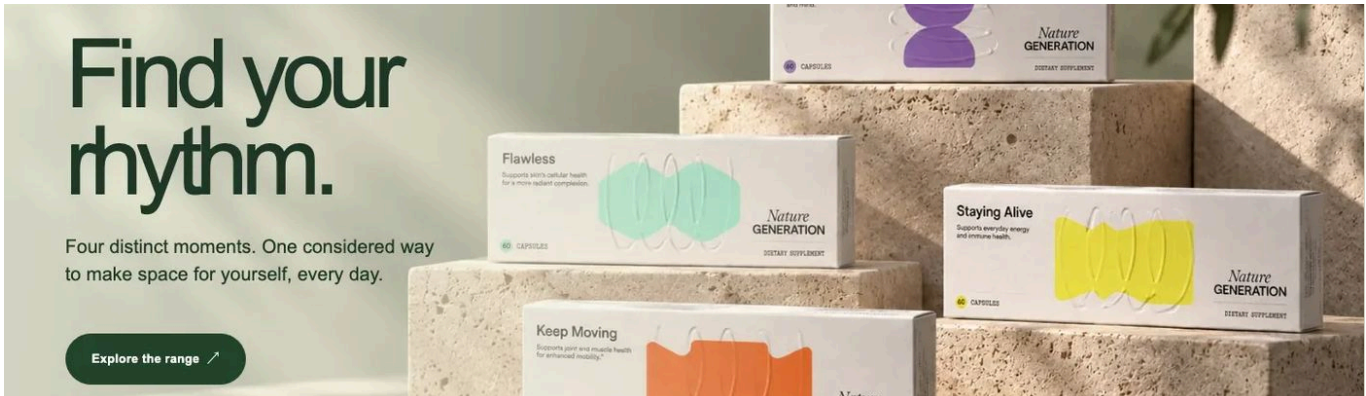
Las cinco fases de abajo son las de nuestra página de suplementos. Para cada una: qué encargar, quién lo ve y qué hereda la fase siguiente en lugar de volver a pagarlo.

FASE	ENCARGUE ESTAS IMÁGENES	QUIÉN LAS USA	QUÉ SE CONSERVA
Concepto	Mockups fieles al troquel de cada propuesta de etiqueta sobre el envase real	Su equipo, pruebas con consumidores	El modelo del envase y la escena maestra
Retail	Renders de la gama completa, vistas de lineal y la caja expositora	Compradores de cadenas, distribuidores	La etiqueta aplicada de cada referencia
Fichas	Packshots sobre blanco, llamadas a ingredientes y un giro 360°	Consumidores, marketplaces, portales de distribuidores	Las cámaras por ángulo y el modelo de la cápsula
Lanzamiento	Escenas lifestyle, una película de marca y cortes verticales para publicidad en redes	Publicidad en redes, la web, la prensa	Escenas y una configuración de animación
Ampliación	Nuevos sabores, tamaños y packs desde los mismos modelos	Los mismos canales, otra vez	Una biblioteca de modelos para la siguiente gama

Empiece donde esté

Si la reunión con el comprador es el mes que viene, encargue ahora las vistas de la gama completa y del lineal, y pida que el modelo del envase, las etiquetas y las cámaras queden guardados. Eso es lo que permite que las fichas, la película de lanzamiento y el siguiente sabor los reutilicen en lugar de empezar de nuevo.

No todos los lanzamientos pasan por las cinco fases. Una marca DTC puede ir de Concepto directamente a Fichas; una reformulación puede empezar en Ampliación. El orden se mantiene, y también la regla: la fase que llegue primero construye el modelo que reutilizan las demás.



Render de producción de Maverick Frame.

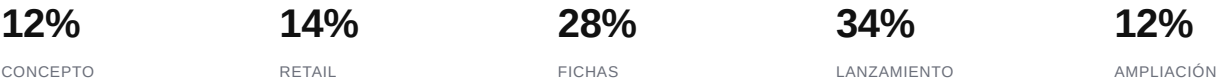
LO QUE CUESTA

Cuatro referencias, cinco fases, línea a línea

Un presupuesto tipo con encargos habituales para una gama de cuatro referencias en cápsulas, de las primeras propuestas de etiqueta a dos sabores nuevos, sin el presupuesto de ningún cliente. Cada línea son horas a nuestra tarifa de \$45: una vista sobre blanco o fondo de estudio son 4 horas; una escena lifestyle, 6. Lo reutilizado cuesta menos.

	PARTIDA	BASE	A \$45 POR HORA
01	Concepto: modelo del envase y escena maestra desde el troquel	12 h x \$45, se construye una vez	\$540
02	Concepto: tres propuestas de etiqueta, dos vistas cada una	6 x \$180	\$1.080
03	Retail: cuatro etiquetas aplicadas a resolución de impresión	4 x 2 h x \$45, modelo reutilizado de Concepto	\$360
04	Retail: vistas de la gama completa y para el dossier de venta	3 x \$180, escena reutilizada de Concepto	\$540
05	Retail: escenas de lineal y la caja expositora	2 x \$270 + 10 h x \$45	\$990
06	Fichas: packshots sobre blanco, frontal, tres cuartos y trasera	12 x \$180, escena reutilizada de Retail	\$2.160
07	Fichas: modelo de cápsula, macros y fotogramas con llamadas	8 h x \$45 + 4 x \$180	\$1.080
08	Fichas: giro 360° de la referencia principal	12 h x \$45	\$540
09	Lanzamiento: escenas lifestyle	3 x \$270, modelos reutilizados	\$810
10	Lanzamiento: película de marca de 30 segundos	72 h x \$45, modelos reutilizados	\$3.240
11	Lanzamiento: cortes verticales 9:16	3 x 4 h x \$45	\$540
12	Ampliación: dos sabores nuevos, etiqueta y tres packshots	2 x (\$90 + 3 x \$180), modelo reutilizado	\$1.260
13	Ampliación: vistas de packs	2 x \$180	\$360
	Subtotal Concepto		\$1.620
	Subtotal Retail		\$1.890
	Subtotal Fichas		\$3.780
	Subtotal Lanzamiento		\$4.590
	Subtotal Ampliación		\$1.620

Planificado como una hoja de ruta	\$13.500
Las mismas imágenes compradas fase a fase, desde cero	\$16.740



Desde cero son las mismas líneas más \$3.240: el modelo del envase de \$540 rehecho en Retail, Fichas, Lanzamiento y Ampliación, las cuatro etiquetas otra vez en Fichas y Lanzamiento (\$720) y la cápsula de \$360 rehecha para la película. Porcentajes sobre el total planificado de \$13.500.

UNA SOLA PÁGINA

Qué enviarnos en cada fase

Las marcas cuyos logotipos aparecen en nuestras páginas de servicio no envían largas especificaciones. En cada fase envían unas pocas cosas como estas, normalmente en el cuerpo de un correo, y basta para presupuestar y empezar.

01	Concepto: el envase	El troquel y las medidas del envase, o el plano del fabricante del frasco, el bote o el estuche.
02	Concepto: las propuestas	Cada propuesta de etiqueta como arte, aunque sea en borrador, y quién va a valorarlas.
03	Retail: la gama	La lista de referencias, el arte final de las etiquetas en archivos de imprenta y la fecha de la reunión con el comprador.
04	Retail: el lineal	La cadena o el canal, y una foto del lineal al que aspira.
05	Fichas: los canales	Su tienda, cada marketplace y cada portal, con sus normas de imagen actuales pegadas.
06	Fichas: la dosificación	Una muestra o fotos con luz de día de la cápsula, la cápsula blanda, la gominola o el polvo.
07	Lanzamiento: la historia	La idea de campaña, las declaraciones que la marca ha aprobado y dónde se va a emitir la película.
08	Ampliación: el cambio	El arte nuevo del sabor, el tamaño o el pack, y lo que no cambia.
09	Todas las fases: el presupuesto	Una cifra o un rango por fase. Es la vía más rápida hacia un alcance que encaje, y no es una debilidad.

Cambie de fase, conserve el modelo

Si construimos su envase en una fase anterior, reabrirlo cuesta un correo: indique la fase, los nuevos entregables y el arte que haya cambiado desde entonces. El modelo y las etiquetas están guardados, así que el presupuesto parte del render, no del modelado.

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 presupuesto tipo de la página 04 está calculado a nuestra tarifa de \$45 por hora.



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 el troquel y el arte de la etiqueta

El troquel, el arte final de la etiqueta en archivos de imprenta, las medidas del envase, una muestra o fotos de la forma de dosificación y el brief que tenga, en el estado en que esté. 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/

Render de suplementosmaverickframe.com/es/soluciones/render-de-suplementos/

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.