



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

El tercer color es donde la sesión deja de compensar.

Un catálogo de 12 productos en 51 variantes de color, presupuestado dos veces: en foto, \$27.450; en CGI, \$22.005. Partida a partida, por SKU, y el color en el que se cruzan.

EMPIECE AQUÍ

Presupuesto por producto. Factura por SKU.

Una tienda online no vende productos. Vende SKU, y cada uno necesita su propia imagen principal, sus propios ángulos y un primer plano de su acabado. Una gama de doce productos en cuatro colores no son doce fotografías. Son cuarenta y ocho fichas, cada una con seis imágenes, y una escena de ambiente para cada producto.

Los presupuestos se suelen comparar por producto, porque así se redacta el brief. La factura llega por SKU, porque así se hace el trabajo. Una cámara necesita cada color físicamente en el plató. Un modelo 3D necesita cada color como material, y un material nuevo es una tarde de trabajo, no una reserva de estudio.

	FOTOGRAFIADO	RENDERIZADO EN CGI
01	Necesita una muestra terminada de cada color antes de reservar el día	Parte del CAD y de una muestra de color, antes de que se fabriquen los colores
02	Cada color se fotografía y se recorta en seis tomas nuevas	Cada color es un cambio de material y seis re-renders desde cámaras fijas
03	Un color añadido tras el lanzamiento es una muestra nueva y media jornada	Un color añadido tras el lanzamiento son tres horas de trabajo
04	Las escenas de ambiente son un día en localización con estilista	Las escenas de ambiente se construyen una vez y se reutilizan la temporada siguiente
05	Los giros 360 y los archivos AR son otro encargo	Los giros 360 y los archivos GLB o USDZ salen del mismo modelo

El coste está en los colores.

Con un producto en un solo color, un buen fotógrafo de producto suele salir más barato que un render. Las líneas se cruzan en el tercer color, y cada color adicional amplía la diferencia. Ese es todo el argumento de esta guía, con precios.



Render de producción de Maverick Frame.

LA FACTURA

Un catálogo, dos presupuestos

Un compuesto de los catálogos que nos traen las marcas online: 12 productos, 4 colores cada uno, 6 imágenes sobre blanco por SKU, una escena de ambiente por producto y 3 colores añadidos tras el lanzamiento. Las partidas de fotografía van a tarifas medias de estudio de fotografía de producto; las de CGI, a nuestra propia tarifa de \$45 por hora. Las maquetas de infografía cuestan lo mismo por ambas vías y quedan fuera.

PARTIDA		BASE	COSTE
01	Foto: muestras de cada color, envío y manipulación	48 x \$40	\$1.920
02	Foto: 6 tomas sobre blanco por SKU, recortadas y retocadas	288 x \$35	\$10.080
03	Foto: días de ambiente con decorado, atrezzo y estilista	2 x \$4.800	\$9.600
04	Foto: retoque de ambientes, una escena por producto	12 x \$150	\$1.800
05	Foto: 3 colores añadidos tras el lanzamiento, muestra, media jornada, 6 tomas	3 x \$1.350	\$4.050
06	CGI: modelos y materiales de producto a partir del CAD	12 x 12 h	\$6.480
07	CGI: 6 cámaras fijas sobre blanco, primer color	12 x 9 h	\$4.860
08	CGI: 36 colores más, cambio de material y 6 re-renders	36 x 3 h	\$4.860
09	CGI: escenas de ambiente construidas en 3D, una por producto	12 x 10 h	\$5.400
10	CGI: 3 colores añadidos tras el lanzamiento	3 x 3 h	\$405
En foto, por SKU (51 SKU)			\$538
En CGI, por SKU (51 SKU)			\$431
En CGI, líneas 6 a 10			\$22.005
En foto, líneas 1 a 5			\$27.450

\$5.445 en la primera temporada. Más en la segunda.

La temporada siguiente, los modelos ya están en archivo. Doce escenas de ambiente nuevas y ocho colores nuevos cuestan unos \$5.400 en CGI y unos \$13.400 en foto, porque la cámara vuelve a empezar desde las muestras.

EL PUNTO DE EQUILIBRIO

Dónde se cruzan las líneas, producto a producto

Las mismas tarifas, para un producto con seis imágenes sobre blanco por color y una escena de ambiente. Aplíquelo a su propia gama: cuente los colores, no los productos.

COLORES	EN FOTO	EN CGI	MÁS BARATO
1	\$1.200	\$1.395	Foto, \$195 menos
2	\$1.450	\$1.530	Foto, \$80 menos
3	\$1.700	\$1.665	CGI, \$35 menos
4	\$1.950	\$1.800	CGI, \$150 menos
8	\$2.950	\$2.340	CGI, \$610 menos
12	\$3.950	\$2.880	CGI, \$1.070 menos

Cuándo la cámara sigue ganando

Un presupuesto que dice que el CGI siempre sale más barato está vendiendo. Mantenga la cámara, o parte de ella, cuando:

- ☐ La gama tiene uno o dos colores de un producto terminado que ya está en stock.
- ☐ Una persona real lleva o sostiene el producto y su rostro es lo que vende la imagen.
- ☐ El producto es comida, bebida o cualquier cosa que deba parecer recién hecha.
- ☐ El tejido o el acabado es toda la venta y tiene la muestra en su mesa: ajustamos el render a ella, pero la referencia es la muestra.

Reglas de la imagen principal, para ambas vías

- ☐ Fondo blanco puro, RGB 255, 255, 255, para la imagen principal en Amazon.
- ☐ El producto ocupa en torno al 85% del encuadre, sin nada más en él.
- ☐ Al menos 1.000 px en el lado más largo, para que funcione el zoom.
- ☐ Un único estándar de luz y cámara para toda la gama, fijado en el primer SKU.



Render de producción de Maverick Frame.

LA PÁGINA ÚNICA

Lo que las marcas online nos envían de verdad

Las marcas cuyos logotipos aparecen en nuestras páginas no nos envían especificaciones. Envían algo muy parecido a esto, normalmente en el cuerpo de un correo con el CAD adjunto, y basta para presupuestar un catálogo y empezar a trabajar.

01	Los productos	Archivos CAD o STEP. Una muestra o fotos hechas con el móvil, si existe.
02	Los colores	Nombres y referencias: Pantone, RAL o una foto de la muestra. Indique cuáles son definitivos.
03	Las imágenes por SKU	Cuántas sobre blanco, qué ángulos, qué primeros planos.
04	El estilo actual de la tienda	Dos o tres fichas publicadas que le gusten, suyas o de cualquiera.
05	Dónde se vende	Su tienda online, Amazon, otros marketplaces, distribuidores. Define tamaños y fondos.
06	Las escenas de ambiente	Dónde vive cada producto: una cocina, una balda del baño, un escritorio. Una línea por escena.
07	360 y AR	Si necesita giros o archivos GLB y USDZ, y para qué productos.
08	Quién aprueba	Una sola persona de su lado, para que cada ronda nos llegue como una única lista.
09	La fecha de lanzamiento	La real, y qué SKU tienen que estar publicados primero.
10	El presupuesto	Una cifra o un rango por SKU. Es el camino más rápido hacia un alcance que encaje.

Empiece por un SKU

Envíe primero un producto en un color. Fijamos en él las cámaras y la luz, usted aprueba el look y todos los demás SKU siguen el mismo estándar.

Conserve las fotos que le gustan

Si parte de la gama ya está fotografiada, ajustamos el render a sus imágenes actuales, para que los SKU renderizados y los fotografiados convivan en la tienda.

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 CAD y la lista de colores

Archivos CAD o STEP, una muestra o fotos de ella, la lista de colores, el estilo de imagen actual de su tienda online y la fecha de lanzamiento, en el estado en que estén. Le responderemos con un alcance, un precio por SKU y las preguntas que lo deciden, por escrito y sin llamada comercial.

El formulario de contacto

maverickframe.com/contacts/

Fotografía ecommerce en 3D

maverickframe.com/es/soluciones/renderizado-3d-de-producto-para-ecommerce/

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.