



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Quince segundos de vídeo son 360 fotogramas. Los **presupuestamos todos.**

Vídeo explicativo, spot principal o loop: tres películas de producto a tres precios, las versiones que pide cada canal y cómo un brief de \$20.850 se quedó en un lanzamiento de \$7.500.

POR DÓNDE EMPEZAR

Nadie encarga fotogramas. Todo presupuesto los cuenta.

Una película de producto se pide en segundos en el brief y se cobra en fotogramas en el estudio. A 24 fotogramas por segundo, un spot de 15 segundos son 360 imágenes, cada una iluminada, renderizada y revisada como una imagen fija. Por eso una frase que parece pequeña en un correo puede duplicar un presupuesto.

La mayoría de los briefs de vídeo de producto piden tres películas a la vez sin decirlo: una que explique el producto, otra que lo venda y otra que se repita en bucle en la ficha de producto. Cada una es un trabajo distinto, con otra duración y su propia lista de versiones. Elegida a conciencia, una sola suele bastar para un lanzamiento.

LO QUE DICE EL BRIEF	LO QUE SIGNIFICA EN FOTOGRAMAS
01 Una película de 60 segundos	1.440 fotogramas. Cuatro veces el spot principal y, casi siempre, la película equivocada para un lanzamiento.
02 También una versión vertical	Se reencuadra la cámara y se vuelve a renderizar el plano. Un recorte del plano horizontal pierde el producto.
03 Que sea a cámara lenta	El doble de fotogramas para los mismos segundos y el doble de tiempo de render.
04 En todos los colores	Otros 360 fotogramas por color, cuando un cambio de color de dos segundos diría lo mismo.

La duración es el precio. Elija la película antes que los segundos.

Un vídeo explicativo, un spot principal y un loop son tres productos, no tres duraciones de uno. Decida qué trabajo hace la película y dónde se emite, y la duración, los fotogramas y casi todas las versiones salen solos.



Render de producción de Maverick Frame.

LA FACTURA

Un brief de lanzamiento, tomado al pie de la letra

Abajo hay un compuesto de los briefs de animación de producto que hemos recibido este año, presupuestado a tarifas de estudio de gama media. Cada línea apareció en un brief para el lanzamiento de un solo producto, casi siempre en un párrafo y casi siempre con un presupuesto de cuatro cifras.

	CONCEPTO	BASE	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Modelo del producto rehecho para animación	rehecho	\$1.200
02	Storyboard y animatic	guion	\$600
03	Vídeo explicativo de 60 segundos, 1.440 fotogramas	1 min	\$4.500
04	Spot principal de 15 segundos, 360 fotogramas, simulación de polvo	0,25 min + sim	\$3.500
05	Tres loops de 6 segundos para fichas de producto	3 x \$450	\$1.350
06	Spot recompuesto en 9:16 y 1:1	2 x \$700	\$1.400
07	Cortes bumper de 6 y 10 segundos	2 x \$300	\$600
08	Todo masterizado en 4K	re-render	\$1.800
09	El spot en tres colores más	3 x \$1.000	\$3.000
10	Diseño sonoro y música con licencia	audio	\$900
	Subtotal		\$18.850
	El plano principal a 48 fps para cámara lenta		+ \$2.000
	Lo que pide el brief		\$20.850
	Lo que necesita el lanzamiento		\$7.500

\$13.350 son trabajo que el lanzamiento nunca necesitó.

El lanzamiento necesita el modelo (\$1.200), un storyboard (\$600), el spot de 15 segundos con su polvo (\$3.500), una recomposición vertical (\$700), dos loops de 6 segundos sacados de la escena del spot (\$600) y sonido (\$900). El vídeo explicativo puede llegar cuando el spot ya haya salido.

ELIJA LA PELÍCULA

Explicativo, spot principal o loop

LA PELÍCULA	DURACIÓN A 24 FPS	QUÉ HACE	PRECIO
Explicativo	45-90 s, 1.080-2.160 fotogramas	Enseña cómo funciona, paso a paso. Fichas de producto, presentaciones de venta, stands.	Unos \$4.500 por minuto
Spot principal	15-30 s, 360-720 fotogramas	Vende la sensación. Lanzamiento, redes de pago, pantallas grandes.	\$1.500-2.000 cada 15 s, más simulación
Loop	6-10 s, 144-240 fotogramas, sin corte	Sustituye una imagen fija en una ficha o un listado.	\$300-450 cada uno, menos desde una escena existente

EN EL BRIEF	QUÉ ESCRIBIR EN SU LUGAR
01 Una película de 60 a 90 segundos	Diga qué tiene que conseguir. Casi todos los lanzamientos necesitan un spot; un explicativo justifica su duración solo donde la gente compra después de leer.
02 Versiones para cada canal	Nombre los dos canales que importan. Cada formato recompuesto es una cámara y un render nuevos, no una exportación.
03 Másteres 4K de todo	4K para el spot si va a una pantalla grande. Web y redes se ven en HD, y HD se renderiza en una fracción del tiempo.
04 Cámara lenta	Indique el único plano que la necesita. La cámara lenta duplica los fotogramas de cada segundo que cubre.
05 Todos los colores animados	Anime el color principal. Muestre el resto en imágenes fijas o en un breve cambio de color al final.
06 Bumpers y teasers	Encárguelos con la película. Cortados de fotogramas ya renderizados, cuestan una fracción de un plano nuevo.

LA ÚNICA PÁGINA

Lo que las marcas nos envían de verdad

Los clientes cuyos logotipos aparecen en nuestras páginas de servicios no nos envían listas de planos. Para una animación de producto envían algo muy parecido a esto, casi siempre en el cuerpo de un correo, y basta para presupuestar y empezar el storyboard.

01	El producto	Una línea, más el CAD o un modelo de render existente. Diga qué se mueve.
02	El objeto real	Una muestra, o fotografías con luz neutra desde varios ángulos.
03	La película	Explicativo, spot principal o loop. Uno de los tres.
04	La duración	En segundos. Si no lo tiene claro, diga dónde se emite y le propondremos una.
05	Lo único que debe mostrar	La función, la textura o el momento que vende el producto.
06	Dónde se emite	Los canales y sus formatos. Esto fija las versiones.
07	Una película de referencia	Un enlace y una línea sobre qué le gusta: el ritmo, la luz, la cámara.
08	Sonido	Una pista de marca, un presupuesto de licencia o silencio.
09	La fecha en que lo necesita	La real. Una película de hasta un minuto lleva de cuatro a seis semanas, primero el storyboard.
10	El presupuesto	Una cifra o un rango. Decide la película antes que cualquier lista de planos.

Cuente la intención, no los movimientos de cámara

Díganos qué debe sentir y recordar quien lo vea. Trayectorias de cámara, ritmo e iluminación son nuestro trabajo diario, y una película construida desde la intención sale mejor que una dictada plano a plano.

Deje que el animatic decida

Los comentarios son baratos sobre un storyboard y caros sobre fotogramas renderizados. Las dos rondas de borrador son donde se decide la película; después, cada cambio se vuelve a renderizar.

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 producto y la lista de canales

El CAD o un modelo de render existente, una muestra o fotografías, una película de referencia y la lista de canales donde debe emitirse, en el estado en que estén. Le responderemos con la película que haríamos, un precio y las preguntas que lo deciden, por escrito y sin llamada comercial.

El formulario de contactomaverickframe.com/contacts/

Animación de productomaverickframe.com/es/servicios/animacion-3d-de-productos/

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.