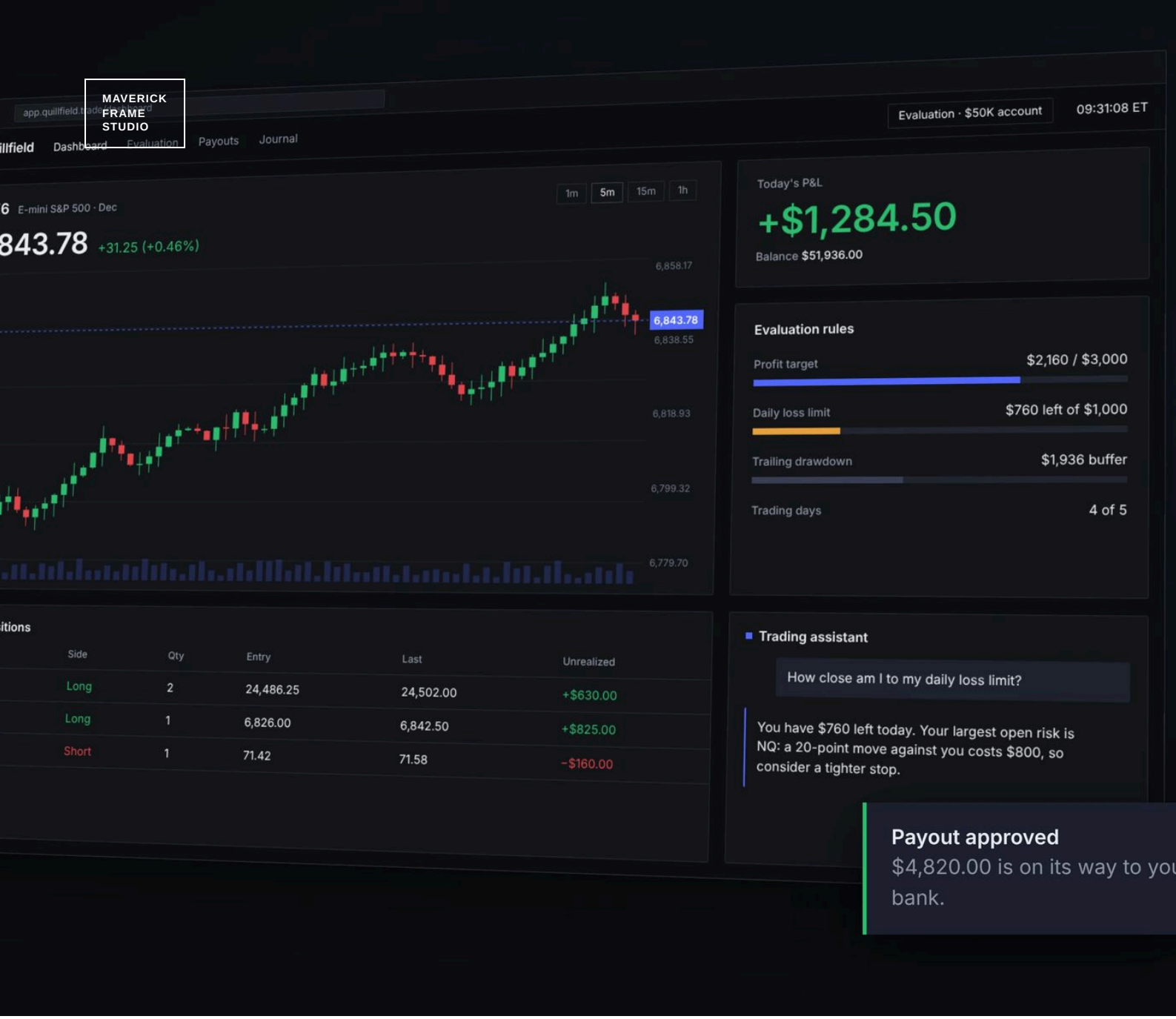


GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

El brief del anuncio: qué preparar antes de encargarlo.

Grabaciones de pantalla, cuentas demo, afirmaciones aprobadas y la advertencia de riesgo: la lista de control, el mapa de versiones y 12 preguntas para planificar rápido un anuncio fintech en YouTube.

Dim Kuzmenko
Cofundador, Maverick Frame Studio
maverickframe.com

EMPIECE AQUÍ

El material es su plataforma. Prepárelo.

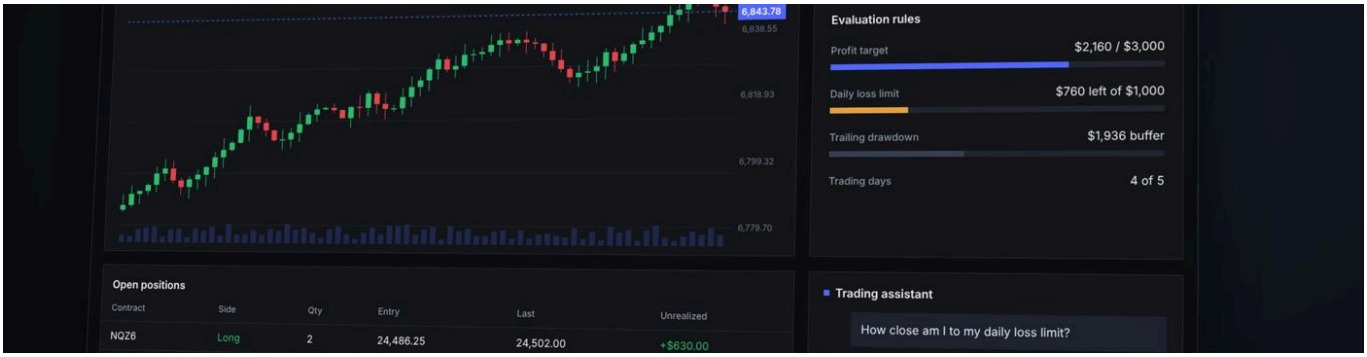
Un anuncio de YouTube para una plataforma de trading, un bróker o una app fintech se hace con el propio producto. Antes de escribir el guion, el estudio necesita las pantallas, los datos que pueden aparecer en ellas y los textos que su equipo de cumplimiento ha aprobado. La mayoría de los retrasos empiezan aquí, no en la animación.

Qué tener listo antes de la primera llamada

- [ ] **Grabaciones de pantalla** de los flujos que quiere mostrar, a resolución completa, o una **cuenta de prueba** para grabarlos nosotros
- [ ] **Cuentas demo** con saldos, posiciones e historial demo realistas, para no capturar nunca datos de clientes
- [ ] **Guía de marca y archivos de diseño**: Figma o un UI kit, tipografías, logotipos y colores
- [ ] **Afirmaciones aprobadas**: las frases y cifras que marketing puede usar, cada una con su fuente y su fecha
- [ ] **Advertencia de riesgo** de su equipo legal o de cumplimiento, para cada mercado e idioma
- [ ] **Canales y duraciones**: dónde se emitirá el anuncio y qué versiones necesita
- [ ] **Aprobadores**: quién da el visto bueno al guion, a los style frames y al montaje final

Grabe el producto, no una cuenta real

Capture la plataforma en un entorno demo o de pruebas desde el principio. Una grabación hecha en una cuenta real hay que revisarla fotograma a fotograma, y lo que se escape acaba en todas las versiones.



Panel de una plataforma de trading de un anuncio conceptual de Maverick Frame Studio. Todas las cifras son datos demo.

EL MAPA DE VERSIONES

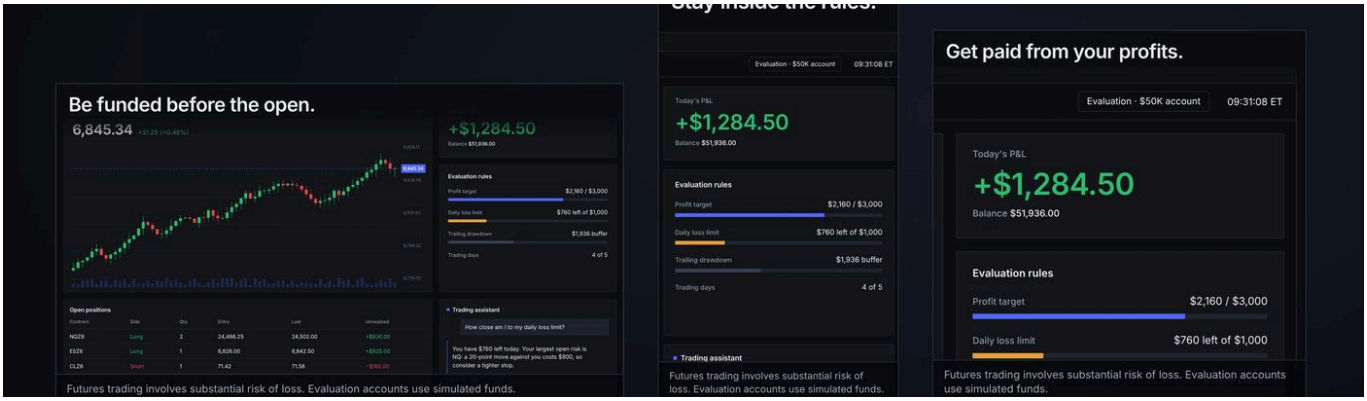
Un máster, cinco versiones

Planifique el anuncio como un montaje máster y un conjunto de versiones cortas. Cada versión tiene un solo trabajo y se monta para su duración, no se recorta de la larga, así el gancho sigue funcionando en los primeros segundos.

VERSIÓN	DÓNDE SE EMITE	SU ÚNICO TRABAJO
6 s, 16:9	Anuncios bumper de YouTube	Una promesa y la marca. Sin recorrido de funciones.
15 s, 16:9 y 9:16	YouTube in-stream, Shorts, Reels	Un gancho, una función y la llamada a la acción.
30 s, 16:9 y 9:16	YouTube in-stream, TikTok, TV conectada	El problema, dos funciones, una prueba y la llamada a la acción.
60 s, 16:9	YouTube, web, landing pages	La historia completa de la plataforma, con la advertencia en pantalla.
Cualquier duración, 9:16	Shorts, Reels, TikTok, Stories	Un montaje vertical con subtítulos y zonas seguras para los botones de la plataforma.

Decida dónde va la advertencia

Reserve en el storyboard una franja o una cartela final para la advertencia de riesgo, en cada formato. Añadida tras el montaje, tapa la interfaz o queda apretada, y ambas cosas son peores que planificarla.



Un anuncio en 16:9, 9:16 y 1:1, cada uno con su línea de advertencia. Concepto de Maverick Frame Studio.

EN PANTALLA

Qué mostrar y qué validar con cumplimiento

Un anuncio de plataforma se juzga dos veces: lo juzga el espectador y lo juzga su equipo de cumplimiento. Acuerde la lista de abajo antes del storyboard, y la revisión final será una comprobación, no una reescritura.

	NORMALMENTE SE PUEDE MOSTRAR	VALIDAR ANTES CON CUMPLIMIENTO
01	**Su interfaz con datos demo**	Cualquier nombre, saldo, número de cuenta o posición real. Sustitúyalo por datos demo.
02	**Cómo funciona una función, paso a paso**	Cifras de beneficio, rentabilidad o pagos, y cualquier ejemplo de resultado.
03	**Las reglas de una cuenta o de un challenge, tal como las publica**	Palabras como garantizado, sin riesgo, dinero fácil o beneficio inmediato.
04	**Datos de mercado de una fuente pública, con su fecha**	La rentabilidad de una cuenta real o de un trader real.
05	**Personas y entornos alrededor del producto**	Testimonios, influencers y cualquier cosa que suene a asesoramiento.

Quién decide los textos

Somos un estudio de vídeo. Colocamos los textos que aprueba su equipo legal o de cumplimiento, en cada idioma y versión, y no damos asesoramiento legal ni regulatorio. Las normas cambian según el mercado: tome esta lista como el inicio de esa conversación, no como un dictamen.

Datos demo, señalados

Saldos, precios y resultados que son datos demo pueden indicarlo en el encuadre. Cuesta una línea y elimina una pregunta.

Fuentes y fechas

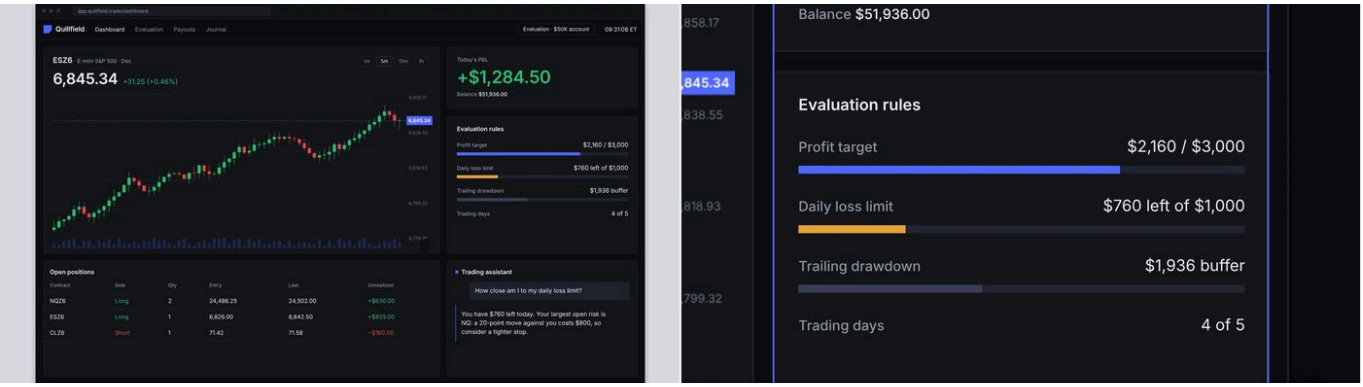
Una cifra de mercado en pantalla lleva su fuente y su fecha, para que espectador y revisor puedan comprobarla.

ELEGIR EL MATERIAL

¿Grabación, pantalla rehecha o plano de IA?

La mayoría de los anuncios de plataforma combinan tres tipos de material. Elegir por escena y no por anuncio mantiene el producto exacto donde importa y ahorra tiempo donde no.

	GRABACIÓN DE PANTALLA	PANTALLA REHECHA	PLANO DE IA
Ideal para	Demos de producto y clips de onboarding	Momentos clave, gráficos y cifras que deben verse nítidos	Personas, lugares y ambientes alrededor del producto
Se hace con	Su captura o la nuestra, limpia	Sus archivos de diseño o la grabación, redibujados en capas	Un brief y referencias; la interfaz se añade en composición
Tras una actualización	Grabar de nuevo el flujo	Editar la capa que cambió	Normalmente se queda igual
Cuidado con	Datos reales, notificaciones, cursor errático	Que coincida exactamente con el producto real	La IA nunca debe generar la propia interfaz



Una grabación de pantalla en bruto junto a la misma pantalla rehecha como fotograma de anuncio. Concepto de Maverick Frame Studio.

Pantallas reales, siempre

Sea cual sea la combinación, la interfaz en pantalla sale de su plataforma. Quien se registre debe encontrar el producto que vio en el anuncio.

EL BRIEF

Doce preguntas para el brief

Respóndalas en un correo y adjunte una grabación de pantalla o algunas pantallas. Es suficiente para planificar el anuncio, definir las versiones y preparar un presupuesto.

	PREGUNTA	QUÉ NECESITAMOS SABER
01	**Objetivo**	¿Qué debe hacer el espectador tras el anuncio: empezar un challenge, abrir una cuenta, reservar una demo?
02	**Público**	¿Para quién es: traders de futuros, forex o cripto, usuarios minoristas, instituciones, socios?
03	**Mercados**	¿Qué países e idiomas, y necesita cada uno su propia advertencia?
04	**Canales**	¿YouTube in-stream, Shorts, Reels, TikTok, la web, una presentación comercial?
05	**Versiones**	¿Qué duraciones y formatos: 6, 15, 30 o 60 segundos; 16:9, 9:16 o 1:1?
06	**Material**	¿Grabaciones de pantalla, una cuenta de prueba o ambas, y quién prepara los datos demo?
07	**La función clave**	¿Qué función o momento vende mejor la plataforma?
08	**Afirmaciones**	¿Qué frases y cifras están aprobadas y cuáles son sus fuentes?
09	**Advertencia**	¿Quién redacta la advertencia de riesgo y cuánto tiempo debe estar en pantalla?
10	**Marca**	¿Guía de marca, Figma o UI kit, tipografías, logotipos y tono de voz?
11	**Sonido**	¿Locución o ninguna, qué acento, qué tipo de música?
12	**Aprobaciones y fechas**	¿Quién aprueba el guion, los style frames y el montaje final, y cuándo es el lanzamiento?

SIGUIENTE PASO

Envíenos las respuestas y una grabación

Las respuestas a las doce preguntas, una grabación de pantalla o un acceso de prueba y sus archivos de marca, en el estado en que estén. Le responderemos con el anuncio que haríamos, las versiones que necesita y un presupuesto, por correo, no con una llamada comercial.

El formulario de contacto	maverickframe.com/contacts/
Vídeo fintech	maverickframe.com/es/soluciones/produccion-de-video-fintech/
O simplemente	responda al correo con el que le llegó esta guía.

Escrito por quienes hacen estos anuncios

Dim Kuzmenko es cofundador de Maverick Frame Studio. Las listas de esta guía son las preguntas que hacemos antes de cada vídeo de plataforma. Aquí no hay precios: cada anuncio de plataforma se presupuesta según su alcance exacto.