



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Casi toda idea FOOH muere en la placa. **Una placa, 8 segundos.**

El brief que decide si un spot de falso exterior parece real: una placa, una idea, ocho segundos. Con precio línea a línea frente a la versión de tres ideas que cuesta \$23.100.

POR DÓNDE EMPEZAR

Parece falso antes de que llegue el objeto.

Un spot FOOH funciona por una sola razón: durante un segundo, quien lo ve cree que pasó en una calle real. Esa creencia la decide el metraje, no el CGI. Cuando un spot parece falso, el objeto rara vez es el problema. La placa en la que se colocó nunca iba a poder sostenerlo.

Casi todos los briefs FOOH describen la idea con detalle y el metraje en una línea, a menudo 'stock o lo que funcione'. Así que la placa se elige tarde, cuando el concepto ya está aprobado, y llega movida, con luz plana, grabada a la altura equivocada o ya llena de cosas. Todo lo que viene después es un intento de rescatar un plano que no tenía sitio para la idea.

CON LO QUE SUELE EMPEZAR EL BRIEF	LO QUE DECIDE SI PARECE REAL
01 Tres ideas, por si una funciona	Una idea que encaje en un lugar. Cada idea necesita su propia placa, objeto y simulación.
02 Una historia de 30 segundos	De ocho a diez segundos con una sola revelación. Es lo que la gente ve y comparte.
03 'Vale con metraje de stock'	Una placa grabada para el objeto: estable, a la altura de los ojos, con aire en el encuadre y luz a juego.
04 Todas las plataformas, todos los formatos	Grabe primero para el corte más alto. Un recorte 16:9 desde metraje 9:16 rara vez sobrevive.

La placa es el brief.

Decida dónde ocurre la idea y grabe bien ese lugar antes de que nadie modele nada. Una buena placa hace creíble un objeto corriente; una mala hace que uno perfecto parezca pegado.



Render de producción de Maverick Frame.

LA FACTURA

Tres ideas, 30 segundos, tal como se pidieron

Abajo hay un compuesto de los briefs FOOH que presupuestamos este año, a tarifas de estudio de gama media. Las tarifas de animación por minuto no describen bien este trabajo: casi todo el coste está en el objeto, la simulación y el ajuste a la placa, no en la duración.

	CONCEPTO	BASE	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Tres placas de stock, licenciadas, trackeadas y limpiadas	3 x \$900	\$2.700
02	Tres objetos principales modelados a escala de calle	3 x \$1.200	\$3.600
03	Una simulación por idea: tela, líquido, vidrio	3 x \$1.500	\$4.500
04	30 segundos iluminados y renderizados, 720 fotogramas	\$200 / s	\$6.000
05	Composición: sombras, reflejos, grano	30 s	\$3.400
06	Cinco cortes para plataformas	5 x \$300	\$1.500
07	Placa nueva y nuevo tracking tras fallar la primera	rescate	\$1.400
	Placas, objetos y simulaciones de tres ideas		\$10.800
	Duración, composición y cortes		+ \$10.900
	El rescate		+ \$1.400
	Tres ideas, 30 segundos		\$23.100
	Una placa, una idea, ocho segundos		\$7.000

\$7.000 pagan el spot que la gente comparte de verdad.

Una placa trackeada \$900, un objeto \$1.200, una simulación \$1.500, ocho segundos renderizados \$1.600, composición \$900 y tres cortes \$900. No es la versión barata del brief largo. Es la versión que tiene alguna posibilidad de ser creída.

LÍNEA A LÍNEA

Qué escribir en lugar del brief largo

Reescriba estas nueve líneas y el spot sale a la vez más corto, más barato y más convincente. Ninguna es una concesión creativa; son las condiciones en las que el truco funciona.

EN EL BRIEF	QUÉ ESCRIBIR EN SU LUGAR
01 Tres conceptos para elegir	Elija antes de producir. Pruebe las ideas como bocetos sobre una foto de la calle; en esa fase casi no cuestan nada.
02 Una historia de 30 segundos	Una revelación en ocho a diez segundos, más un fotograma fijo para el cartel y la miniatura.
03 'Stock o lo que funcione'	Nombre el lugar. Si tiene que ser stock, envíenos el clip antes de licenciarlo, no después.
04 Sin notas de rodaje	Cámara fija o movimiento lento, altura de ojos o de móvil, 4K o más, el hueco del objeto libre en el encuadre.
05 Sin referencia de luz	Unos segundos de una bola gris y una cromada, o fotos del lugar a la misma hora del día.
06 El objeto como un logotipo	El archivo del producto o una muestra física. Etiquetas, proporciones y materiales reales.
07 'Que se haga viral'	Diga qué hace el objeto: aterriza, crece, se derrite, envuelve, choca. Un verbo es un brief.
08 Todas las plataformas	La plataforma principal y su formato, y luego qué cortes siguen. Grabe para el más alto.
09 Lanzamiento la semana que viene	La fecha real. Tracking y simulación necesitan sus días; urgente es la mitad de plazo por un 40% más.

LA ÚNICA PÁGINA

Lo que las marcas nos envían para un FOOH

Las marcas cuyos logotipos aparecen en nuestras páginas de servicios no envían presentaciones de conceptos. Envían algo muy parecido a esto, casi siempre en el cuerpo de un correo con un clip adjunto, y basta para presupuestar y empezar.

01	La idea	Una frase y un verbo: qué aparece y qué hace.
02	El lugar	Una calle, una fachada, un monumento, una valla. Nómbrelo o descríballo.
03	La placa	Metraje si lo tiene, un clip de móvil si no. Le diremos si puede sostener la idea.
04	El producto	Un archivo 3D, el arte del embalaje o una muestra.
05	La duración	De ocho a diez segundos por defecto. Diga si necesita más.
06	La plataforma principal	Dónde se lanza y en qué formato.
07	Los otros cortes	Formatos y duraciones que siguen a la versión principal.
08	Sonido	Si lo aporta usted o lo hacemos nosotros.
09	La fecha en que lo necesita	La fecha de lanzamiento, no la cómoda.
10	El presupuesto	Una cifra o un rango. Es el camino más rápido a un alcance que encaje.

Envíe primero el clip del móvil

Diez segundos grabados con el móvil en el lugar real nos dicen más que un moodboard. Normalmente podemos decirle en un día si el lugar sostiene la idea, antes de que nadie contrate un equipo de rodaje.

Guarde la segunda idea

Una idea que se descarta no se pierde. Cuando el primer spot haya salido y sepa cómo ha funcionado, el segundo empieza con una placa probada y un estudio que ya conoce su producto.

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 la placa y la idea

Metraje del lugar, un clip de la calle grabado con el móvil, un archivo del producto o una idea en una línea, 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 contactomaverickframe.com/contacts/

Publicidad FOOHmaverickframe.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.