



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Un producto. Tres maneras de pagarlo. La peor: **\$28.000.**

Packshots, ambientes o un modelo maestro que se reutiliza durante años: el año de un producto presupuestado de tres maneras, y cómo saber qué ruta le conviene.

EMPIECE AQUÍ

No compra imágenes. Compra una ruta.

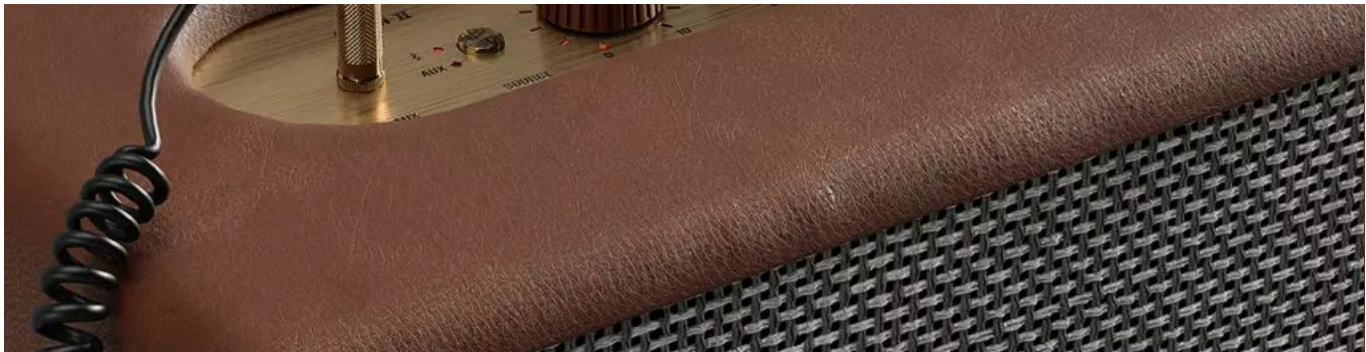
La mayoría de las consultas de producto piden un número de imágenes. Ese número importa menos de lo que parece. Lo que decide el gasto del año es la ruta en la que le coloca el primer pedido: un juego de packshots, unos cuantos ambientes o un modelo maestro del que sale todo lo demás.

Cada ruta es la correcta para alguien. El problema empieza cuando una marca compra la primera ruta para un producto que se comporta como la tercera: colores nuevos cada temporada, un marketplace que cambia sus formatos, una campaña que nadie previó en primavera. Cada una de esas cosas llega como un presupuesto nuevo, y el producto se modela e ilumina de nuevo cada vez.

LA RUTA	CUÁNDO ES LA CORRECTA
01 Juego de packshots	Un solo color, una ficha de producto y un anuncio en un marketplace. Cinco ángulos sobre blanco, archivos por capas y nada más que comprar en años.
02 Ambientes	Un lanzamiento que vende por atmósfera y contexto. Merece la pena para el color principal; sale caro cuando cada color necesita su propia estancia.
03 Modelo maestro y variantes	Varios colores, una gama que cambia cada temporada o movimiento previsto para el año que viene. Cuesta más el primer día y mucho menos al sexto mes.

El primer pedido fija el precio de todos los siguientes.

Un modelo hecho solo para aprobar un packshot hay que rehacerlo para un ambiente, otra vez para un loop, e igualarlo a ojo con cada color nuevo. Un modelo hecho como maestro se reutiliza. La diferencia no se ve en la primera factura y salta a la vista en la quinta.



Render de producción de Maverick Frame.

EL PRESUPUESTO

Un producto, un año, comprado imagen a imagen

Abajo, un compuesto del año de un producto tal como suele llegar: cuatro colores en el lanzamiento, dos más en otoño, ambientes para la web y una campaña a final de año. Está presupuestado a tarifas medias de estudio y cada petición por separado, que es como llegan casi todas a un estudio.

PARTIDA		BASE	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Packshots de lanzamiento, cuatro colores, cinco ángulos	20 x \$280	\$5.600
02	Modelo del producto a partir de fotos y una muestra	modelado	\$900
03	Tres ambientes en el color principal	3 x \$550	\$1.650
04	Los mismos ambientes en los otros tres colores	9 x \$550	\$4.950
05	Dos colores de otoño, packshots	10 x \$280	\$2.800
06	Los colores de otoño en los ambientes	6 x \$550	\$3.300
07	Recortes cuadrados para marketplace, re-renderizados sin capas	12 x \$280	\$3.360
08	Modelo rehecho para un loop de redes de 15 segundos	rehecho	\$900
09	El propio loop	15 seg	\$1.500
10	Un ambiente de campaña navideña, decorado nuevo	1 x \$600	\$600
Subtotal			\$25.560
Urgencia en la tanda de otoño, packshots y ambientes			+ \$2.440
El año, comprado imagen a imagen			\$28.000
El mismo año desde un modelo maestro			\$10.520

\$17.480 es el mismo producto modelado e iluminado otra vez.

La ruta del maestro para el mismo año: un modelo con estándar de variantes (\$1.800), seis colores como materiales (\$720), cinco cámaras de packshot (\$1.400) y 25 variantes de color (\$1.500), tres ambientes (\$1.650) con 15 cambios de color (\$1.350), el loop (\$1.500) y el ambiente navideño (\$600).

ELIJA LA RUTA

Packshots, ambientes o un modelo maestro

Lea la columna izquierda de arriba abajo y deténgase en la primera línea que describa sus próximos doce meses. Esa es su ruta, y la columna derecha es lo que debe pedir en el primer pedido.

SI SU AÑO ES ASÍ	COMPRE ESTO, Y DÍGALO EN EL BRIEF
01 Un color, una ficha de producto y un anuncio	Un juego de packshots: cinco ángulos sobre blanco, fondos transparentes y archivos por capas. Nada más se amortiza.
02 Un lanzamiento que vende por atmósfera	Dos o tres ambientes en el color principal, con el modelo hecho con estándar de variantes por si la gama crece.
03 Tres colores o más, ahora o después	Un modelo maestro con cada acabado como material con nombre. Los colores nuevos pasan a ser variantes, no imágenes nuevas a tarifa completa.
04 Una gama que cambia cada temporada	Pida al estudio que conserve los archivos de escena. El pedido de la temporada siguiente es entonces una tanda de variantes, presupuestada como tal.
05 Movimiento en algún momento del próximo año	Haga el modelo ya con estándar de animación, con las piezas móviles separadas. Rehacerlo cuesta más que mejorarlo.
06 Canales y formatos nuevos cada trimestre	Pida archivos por capas y encuadres maestros amplios. Un recorte nuevo es entonces una exportación, no un nuevo render.
07 Un packaging que cambia con la temporada	Mantenga la etiqueta como una superficie mapeada en el modelo y envíe el arte listo para imprenta. Una etiqueta nueva es un cambio, no un remodelado.
08 Una fecha de lanzamiento que no se mueve	Encargue el maestro antes de que la fecha esté cerca. La urgencia es la mitad de plazo por alrededor de un 40% más, y se aplica a todas las líneas.

A veces el pedido pequeño es el correcto

Si en un año el producto no va a cambiar de color, pasar a un canal nuevo ni aparecer en movimiento, un juego de packshots es todo el trabajo. Se lo diremos en la respuesta y presupuestaremos el pedido pequeño, no el maestro.

LA PÁGINA QUE IMPORTA

Lo que las marcas nos envían de verdad

Los clientes cuyos logotipos aparecen en nuestras páginas de servicios no envían pliegos de especificaciones. Para un render de producto envían algo muy parecido a esto, normalmente en el cuerpo de un correo, y basta para elegir una ruta, presupuestarla y empezar a trabajar.

01	El producto	Una línea, más el CAD en un formato neutro como STEP si existe. Indique qué versión es la definitiva.
02	El objeto real	Una muestra física, o fotos con luz neutra desde varios ángulos.
03	Acabados	Pantone, RAL o una muestra de cada color y material. 'Nuestro azul' no es una referencia.
04	Colores	Cuántos ahora y cuántos espera el año que viene. Solo esto decide la ruta.
05	Packaging y etiquetas	Arte vectorial listo para imprenta, no un JPG aplanado de la caja.
06	Dónde se publican las imágenes	Ficha de producto, marketplace, catálogo, redes. Define ángulos, formatos y resolución.
07	Packshots, ambientes o ambos	Basta con una cifra aproximada de cada uno. Le diremos dónde una variante sale más barata que una imagen nueva.
08	Movimiento	Si es probable un loop o una película en el próximo año, para construir el modelo para ello una sola vez.
09	La fecha en que lo necesita	La real, no la cómoda.
10	El presupuesto	Una cifra o un rango. Es el camino más corto hacia la ruta correcta.

Diga la intención, no el detalle

Cuéntenos qué tienen que vender las imágenes y dónde. La luz, la cámara y la composición son nuestro día a día; un brief corto con el propósito dentro vale más que uno largo que dicta cada ángulo.

Pida los archivos, no solo las imágenes

Archivos por capas, el modelo y la escena guardados. En su momento no cuestan casi nada y deciden lo que costará el pedido del año siguiente.

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 una muestra

El CAD en cualquier formato neutro, una muestra física o fotos claras, el arte del packaging y una línea sobre dónde se publicarán las imágenes, en el estado en que estén. Le responderemos con una ruta, un precio y las preguntas que lo deciden, por escrito y sin llamada comercial.

El formulario de contactomaverickframe.com/contacts/

Render de productomaverickframe.com/es/servicios/render-de-producto/

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.