



GUIA PRÁTICO / EDIÇÃO 2026

Orçamos um lançamento em foto e em CGI. **\$18.880 de diferença.**

A mesma campanha orçada duas vezes: fotografada com equipe, amostras e uma nova sessão por \$28.600, ou feita uma vez em CGI a partir do CAD por \$9.720. Linha a linha, com as semanas.

COMECE AQUI

Uma cor muda. A sessão recomeça.

Uma agência vende o lançamento de um produto como uma campanha só: stills principais, todas as cores, cenas lifestyle, cortes para redes sociais e um filme curto. A ideia está aprovada, a data de veiculação está marcada e o fee está fechado. O que não está fechado é o produto. As amostras atrasam, uma cor muda depois da aprovação e um novo mercado pede mais um acabamento.

Numa sessão de fotos, cada uma dessas mudanças é uma nova reserva: outra amostra, outra diária de estúdio, outra rodada de tratamento. Com fee fechado, a agência paga tudo isso com a própria margem. Em CGI, o produto é construído uma vez a partir do CAD ou da faca da embalagem, e uma mudança é uma troca de material e um novo render. Os dois caminhos podem ficar bonitos. A questão é qual deles sobrevive ao cliente.

	FOTOGRAFADO	FEITO EM CGI
01	Espera a última amostra para alguém reservar o estúdio	Começa pelo CAD ou pela faca, antes de as amostras existirem
02	Cada cor é fotografada e tratada como uma imagem própria	Cada cor é uma troca de material na mesma cena
03	Mudar a cor depois da aprovação exige uma nova sessão	Mudar a cor é renderizar de novo os frames afetados
04	Formatos sociais recortados de frames compostos para o hero	Cada proporção é enquadrada e renderizada a partir da mesma cena
05	O filme é outra diária de equipe, com rig próprio	O filme usa o modelo e as cenas que os stills já construíram

É na nova sessão que a margem vai embora.

Agências raramente perdem dinheiro na sessão que orçaram. Perdem na que não orçaram: a segunda amostra, a meia diária e o tratamento extra que o fee fechado precisa absorver porque a cor do cliente mudou.



Render de produção da Maverick Frame.

O ORÇAMENTO

Um lançamento, orçado dos dois jeitos

Um composto dos lançamentos que as agências nos trazem: um produto de consumo em cinco cores, seis ângulos principais, quatro cenas lifestyle, dez cortes sociais e um filme de 30 segundos. Foto a preços médios de produção do mercado; CGI pela nossa tabela, \$45 por hora. Os dois lados incluem uma mudança de cor tardia.

ITEM		BASE	CUSTO
01	Foto: amostras de pré-produção, uma por cor	5 x \$300	\$1.500
02	Foto: estúdio, fotógrafo, assistente, técnico digital	2 x \$2.600	\$5.200
03	Foto: montagem de cenário e objetos	set principal	\$1.400
04	Foto: locação para quatro cenas lifestyle, stylist	1 diária	\$4.800
05	Foto: deslocamento, transporte e alimentação	equipe	\$1.300
06	Foto: tratamento, 10 principais e lifestyle, 24 cores	10 x \$150 + 24 x \$60	\$2.940
07	Foto: diária de filme, rig de motion control e equipe	1 diária	\$6.500
08	Foto: edição e cor do filme de 30 segundos	30 s	\$1.800
09	Foto: dez cortes sociais, reenquadrados e reeditados	10 x \$120	\$1.200
10	Foto: mudança de cor, nova amostra, meia diária, tratamento	\$300 + \$1.300 + 6 x \$60	\$1.960
11	CGI: modelo do produto e materiais a partir do CAD	20 h	\$900
12	CGI: seis stills principais	6 x 6 h	\$1.620
13	CGI: 24 stills de cores, troca de material, novo render	24 x 1 h	\$1.080
14	CGI: quatro cenas lifestyle construídas em 3D	4 x 12 h	\$2.160
15	CGI: filme principal de 30 segundos com o mesmo modelo	60 h	\$2.700
16	CGI: dez cortes sociais a partir das mesmas cenas	10 x 2 h	\$900
17	CGI: mudança de cor, novo material, seis novos renders	8 h	\$360
Feito uma vez em CGI, linhas 11 a 17			\$9.720
Fotografado, com uma nova sessão, linhas 1 a 10			\$28.600

\$18.880 entre as mesmas entregas.

O cliente vê os mesmos stills, cortes e filme nos dois casos. Com fee fechado, a agência decide o destino da diferença: margem, um preço mais competitivo na concorrência ou uma segunda campanha no mesmo orçamento. Só a mudança de cor custa \$1.960 na sessão e \$360 em CGI.

MARGEM E SEMANAS

Onde os dois caminhos se separam, passo a passo

Sete momentos de um lançamento em que fotografar e fazer em CGI deixam de custar o mesmo. A coluna da direita mostra o que cada um faz com uma agência que já fechou o fee e a data de veiculação.

O MOMENTO	O QUE CADA CAMINHO FAZ COM A AGÊNCIA
01 As amostras atrasam	A sessão espera, a data de veiculação não. Em CGI, os rascunhos dos stills principais chegam de 3 a 5 dias úteis depois do CAD.
02 Uma cor muda depois da aprovação	Nova amostra, meia diária e tratamento: \$1.960 no composto. Em CGI, um novo material e seis novos renders: \$360.
03 Um novo mercado quer outro acabamento	Outra amostra e outra reserva. Em CGI, mais uma cor nos seis ângulos leva cerca de seis horas.
04 O plano de mídia pede um corte vertical	Um recorte do frame horizontal, ou uma nova montagem. Em CGI, a câmera é reenquadrada e o frame, renderizado de novo.
05 Os comentários chegam em cinco e-mails	Junte tudo numa lista antes de nos enviar. Uma rodada é uma lista consolidada: duas na fase de rascunho e uma no final.
06 O filme entra em produção	Outra diária de equipe, com rig próprio. Em CGI, o filme usa o modelo e as cenas dos stills; até um minuto leva de 4 a 6 semanas, começando pelo storyboard.
07 A próxima temporada	A sessão começa do zero. O modelo em CGI fica arquivado, e o próximo conjunto é orçado pelas cenas novas, não pelo produto outra vez.

Onde a câmera ainda ganha

CGI não é a resposta para todo briefing, e um orçamento que diz o contrário está vendendo. Mantenha a sessão, ou pelo menos parte dela, quando:

- ☐ Um rosto real é o protagonista: elenco, um embaixador ou um modelo cuja expressão carrega a campanha.
- ☐ O produto é comida ou bebida que precisa parecer preparada, servida ou despejada naquela manhã.
- ☐ A campanha é um evento ao vivo, um público real ou um lugar cuja autenticidade é o argumento.
- ☐ O conjunto é pequeno: três ou quatro stills de um produto pronto, nas cores finais, muitas vezes cabem numa diária.

3-5 dias

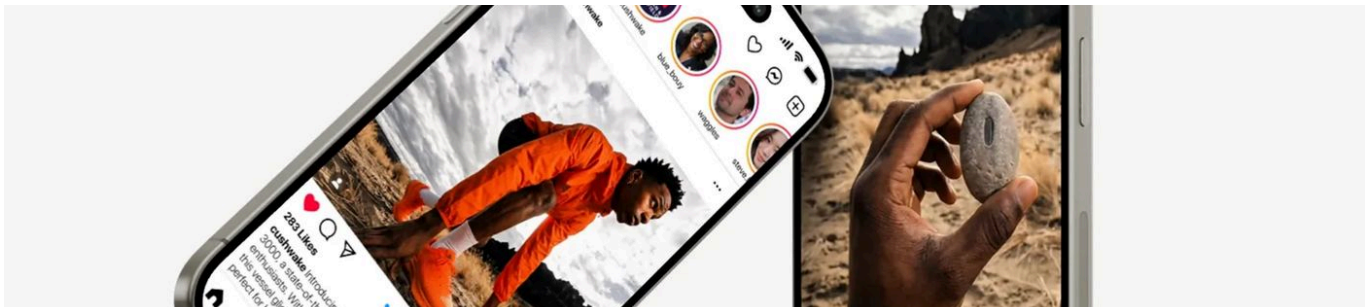
PRIMEIRO RASCUNHO EM CGI, A PARTIR DO CAD

2-3 semanas

O CONJUNTO COMPLETO DE STILLS

4-6 semanas

UM FILME DE ATÉ UM MINUTO



Render de produção da Maverick Frame.

A PÁGINA ÚNICA

O que as agências realmente nos enviam

As agências e marcas cujos logos aparecem nas nossas páginas não mandam especificações. Mandam algo parecido com isto, geralmente no corpo de um e-mail com o CAD anexado, e isso basta para orçar um lançamento e começar o trabalho.

01	O produto	CAD, arquivos STEP ou facas de embalagem. Uma amostra ou fotos de celular dela, se existir.
02	As cores	Nomes e referências: Pantone, RAL ou uma foto da amostra de cor. Diga quais ainda podem mudar.
03	Os ângulos principais	Quantos são, e um esboço ou frame de referência para o que abre a campanha.
04	As cenas lifestyle	Onde o produto vive: uma bancada de cozinha, um banco de academia, uma mesa. Uma linha para cada.
05	O filme	Duração, a única coisa que ele precisa mostrar e se a trilha é sua ou nossa.
06	As veiculações	O plano de mídia ou uma lista: OOH, mídia paga em redes sociais, marketplaces, varejo. É ela que define proporções e resolução.
07	O manual da marca	O do cliente, do jeito que está. Trabalhamos com ele sob o nome da sua agência.
08	Quem reúne os comentários	Uma pessoa do seu lado, para que cada rodada chegue até nós como uma lista só.
09	A data de veiculação	A real, não a confortável.
10	O orçamento	Um valor ou uma faixa. É o caminho mais rápido para um escopo que caiba, e fica entre nós e a sua agência.

Seu cliente, seu nome

Trabalhamos em white label, assinamos o seu NDA e faturamos apenas para a sua agência. O cliente vê um único parceiro de produção, que é você, e cada rodada de feedback dele chega até nós como uma lista consolidada.

Fotografe os rostos, renderize o resto

Quando um rosto real é o protagonista, mantenha a sessão para as pessoas e o lugar. Renderizamos o produto dentro desses frames e fazemos todas as cores e cortes a partir do mesmo modelo.

QUANTO CUSTA

Preços de mercado e condições, para conferir qualquer orçamento

Faixas que vemos no mercado em 2026, do freelancer ao estúdio. Use-as para conferir qualquer orçamento, inclusive o nosso.

TRABALHO CONTRATADO	FREELANCER	ESTÚDIO
Imagem externa, avulsa	\$100 - 300	\$250 - 600
Imagem interna, avulsa	\$120 - 350	\$300 - 700
Pacote de 5 - 8 vistas	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animação, por minuto	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Nossos prazos e condições de revisão padrão. É o que orçamos, a menos que o projeto precise de outra coisa, e nesse caso avisamos antes de começar.

ETAPA OU ENTREGA	PADRÃO MAVERICK FRAME
Primeiro rascunho de uma imagem	De 3 a 5 dias úteis a partir de um briefing completo
Imagens finais, pacote de 5 - 8	De 2 a 3 semanas, rascunhos incluídos
Animação de até um minuto	De 4 a 6 semanas, com storyboard e prévia primeiro
Rodadas de revisão incluídas	Duas na fase de rascunho, uma na imagem final
O que conta como rodada	Uma lista consolidada de comentários, enviada de uma vez
Entrega urgente	Metade do prazo por cerca de 40% a mais, quando a agenda permite

Tenha um estúdio definido antes que o prazo pegue fogo

Os projetos mais caros que vemos não são os de briefing fraco. São os contratados no desespero, depois que o primeiro fornecedor falhou e a data de lançamento não mudou. Avalie um ou dois estúdios enquanto nada é urgente.

Uma nota sobre equipe interna: um único artista 3D precisa de umas dez assinaturas de software, uma workstation e várias habilidades vizinhas, da modelagem e iluminação à pós-produção e ao atendimento ao cliente. Só compensa quando essa pessoa tem trabalho todos os dias. Abaixo disso, a conta favorece a terceirização por si só.

PRÓXIMO PASSO

Envie o CAD e a lista de veiculações

CAD, facas de embalagem, uma amostra ou fotos dela, o manual da marca e a lista de veiculações, no estado em que estiverem. Respondemos à sua agência com escopo, preço e as perguntas que decidem o projeto, por escrito e sem ligação de vendas.

O formulário de contatomaverickframe.com/contacts/

CGI para agênciasmaverickframe.com/pt-br/solucoes/para-agencias-de-marketing/

Ou simplesmente[responda ao e-mail em que este guia chegou.](#)

Escrito por quem lê esses briefings

Dim Kuzmenko é o fundador da Maverick Frame Studio. Os números deste guia vêm da nossa própria caixa de entrada e da nossa própria tabela de preços, não de uma pesquisa do setor.