

GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Doce colores. Tres cocinas. Un solo modelo.

El plan de render de ambiente para lanzar un electrodoméstico: qué cocinas, qué ángulos, qué colores y cuánto cuesta el set completo para distribuidores, a tarifas de estudio.

Dim Kuzmenko
Cofundador, Maverick Frame Studio

EMPIECE AQUÍ

El producto está terminado. La cocina, no.

El lanzamiento de un electrodoméstico suele tener un producto terminado y ninguna imagen terminada. Las muestras de fábrica llegan tarde, los colores existen como chips en un panel, y cada distribuidor quiere su propio set de imágenes en su propio formato para la misma fecha.

La mayoría de marcas lo resuelve con una sesión de fotos por mercado, y luego descubre que la sesión cubrió dos colores, una cocina y ninguno de los recortes de los distribuidores. El render le da la vuelta al problema: el producto se construye una vez desde el CAD, y cada cocina, color y formato posterior es una variante de trabajo ya hecho.

	LO QUE DA POR HECHO UN LANZAMIENTO CON FOTOS	LO QUE HACE UN LANZAMIENTO CON RENDER
01	**Cada color necesita una muestra**	Los colores salen de códigos de acabado y un chip físico. La muestra sirve para comprobar, no para fotografiar.
02	**Una cocina sirve para todos los mercados**	Tres cocinas, construidas una vez, cubren un piso compacto, una vivienda familiar y una gama premium.
03	**Los formatos de distribuidor se recortan después**	Los recortes se planifican en la cámara, así que nada importante queda fuera de un cuadrado o un banner.
04	**El movimiento es otra campaña**	Un loop corto sale del mismo modelo y escena, a una fracción de una producción nueva.

Planifique el set en torno a los colores, no a las cocinas.

Las cocinas son la parte cara y necesita pocas. Los colores son baratos cuando existe la cocina principal, así que la pregunta que conviene responder primero es qué escena lleva los doce.



Render de producción de Maverick Frame.

EL LISTADO DE IMÁGENES

El set de lanzamiento, línea a línea

Un compuesto de los lanzamientos de electrodomésticos que presupuestamos, a tarifas medias de estudio. Supone un producto en doce colores, tres mercados y cuatro distribuidores. Escale las líneas a su gama; la lógica es la misma.

	PARTIDA	BASE	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Modelo del producto desde su CAD, acabados igualados con las muestras	modelado	**$1.200**
02	Tres cocinas principales, una por mercado o nivel de precio	3 x $650	**$1.950**
03	Dos ángulos de apoyo en cada cocina	6 x $400	**$2.400**
04	Doce colores cambiados en la cocina principal	12 x $90	**$1.080**
05	Doce siluetas por color sobre blanco para distribuidores	12 x $110	**$1.320**
06	Primeros planos: mandos, pantalla, tirador, línea de bisagra	6 x $220	**$1.320**
07	Puerta abierta, interior con comida y vajilla	2 x $450	**$900**
08	Un loop de funciones de 15 segundos para fichas de producto	15 s	**$1.500**
09	Recortes y formatos según cuatro especificaciones de distribuidor	precio cerrado	**$400**
	Construido una vez: el modelo del producto		$1.200
	41 imágenes, un loop y formatos de distribuidor		$10.870
	El set de lanzamiento, presupuestado como compuesto		**$12.070**
	Cada color que añada después		**$200**

El color número trece cuesta $200.

Para eso sirve construir bien una vez el modelo y la cocina principal. Cada acabado posterior al lanzamiento, un color de temporada o una exclusiva de distribuidor, es un cambio en una escena que ya existe, no una producción nueva.

ERRORES DESDE SU LADO DE LA MESA

Seis frases que cuestan dinero a las marcas

Salen de briefs de electrodomésticos y electrónica que recibimos. Cada una es razonable por sí sola; juntas duplican el presupuesto o dejan a los distribuidores sin lo que pidieron.

	LO QUE SUELE ESCRIBIR	LO QUE CONVIENE ESCRIBIR
01	**Cada color en cada cocina**	Nombre una cocina principal para toda la gama de colores. Las otras cocinas llevan los dos o tres colores que de verdad vende ese mercado.
02	**Fotorrealista, como una cocina real**	Envíe tres cocinas de referencia que le gusten y diga quién compra el producto. El realismo viene de serie; lo que necesitamos saber es el mundo del comprador.
03	**El producto debe ser exacto**	Diga qué partes deben coincidir con el CAD al milímetro, normalmente el frontal, los mandos y el logo, y cuáles pueden simplificarse por dentro.
04	**Todas las imágenes para todos los canales**	Enumere los distribuidores y pegue sus especificaciones de imagen. Los recortes planificados en la cámara no cuestan nada; los forzados después cuestan un nuevo render.
05	**Un vídeo como el anuncio de televisión**	Pida un loop de 10 a 20 segundos de la misma escena para las fichas de producto. Una película narrativa es otro proyecto con su propio brief.
06	**Los colores, cuando lleguen las muestras**	Envíe ya los códigos de acabado y un chip físico. Los colores se pueden ajustar en el modelo mientras la fábrica se pone al día.

La pantalla es un archivo aparte.

Si su producto tiene una pantalla o un panel iluminado, envíe el diseño de la interfaz como archivo plano. Lo colocamos sobre el modelo; la foto de la pantalla de un prototipo nunca se lee limpia en un render.

LA PÁGINA ÚNICA

Lo que las marcas nos envían de verdad

Los clientes cuyos logos aparecen en nuestras páginas de servicio no envían pliegos de especificaciones. Para un lanzamiento envían algo parecido a esto, normalmente en el cuerpo de un correo, y basta para presupuestar.

01	**El producto**	Nombre del modelo, archivo CAD o STEP, y qué partes deben ser exactas.
02	**Los colores**	Códigos de acabado o una lista, y cuál encabeza el lanzamiento.
03	**Las cocinas**	Cuántas, para qué mercados, con dos o tres referencias cada una.
04	**Ángulos por cocina**	Un número. Marque la principal si ya la conoce.
05	**Lo que piden los distribuidores**	Nombres y sus especificaciones de imagen, pegadas tal cual.
06	**Primeros planos**	Las funciones que señala el vendedor: mandos, pantalla, capacidad.
07	**Movimiento**	Si necesita un loop corto, y dónde se verá.
08	**La fecha de lanzamiento**	La real, y la fecha en que los distribuidores necesitan el material antes.
09	**El presupuesto**	Una cifra o una horquilla, para ajustar el set a ella.

Empiece con un color

Apruebe primero el modelo y la cocina principal en un acabado. Cuando esa imagen está bien, los otros once llegan en días, no en semanas.

Mantenga vivas las escenas

Pida que se archiven las cocinas. El modelo de la próxima temporada entra en la misma estancia, y el set se mantiene coherente año tras año.

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 CAD, muestras y acabados

Archivos CAD o STEP, una muestra física si el acabado es difícil de leer, muestras o códigos de acabado, y el brief que tenga, en el estado en que esté. Le responderemos con un alcance, un precio y las preguntas que lo deciden, por escrito y no con una llamada comercial.

El formulario de contacto	maverickframe.com/contacts/
Escenas de electrodomésticos y electrónica	maverickframe.com/es/servicios/render-interior/
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.