

GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

El baño de su catálogo nunca existió. Renderícelo una vez.

Cómo planifica una marca de sanitarios escenas de baño, acabados y variantes para catálogos y distribuidores, con un listado de imágenes con precios y el brief de una página que enviar.

Dim Kuzmenko
Cofundador, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

EMPIECE AQUÍ

Veinte baños desde una sola estancia

Un catálogo de sanitarios necesita baños que no existen: un baño familiar, una suite de hotel, un baño en suite compacto, cada uno con varios esquemas de azulejo y cada grifo en cuatro acabados. Construirlos y fotografiarlos es la forma lenta de llegar ahí.

El resultado habitual es un solo set de showroom, bien fotografiado, que acaba en todos los capítulos del catálogo. Los distribuidores lo notan, y sus clientes también. Un baño renderizado se construye una vez según sus planos, y después se reviste de nuevo: azulejos nuevos, luz nueva, un acabado nuevo en la grifería, sin mover un solo sanitario.

	LO QUE LE DA UNA SESIÓN EN SHOWROOM	LO QUE LE DA UN BAÑO RENDERIZADO
01	**Una estancia, iluminada de una forma**	La misma estancia con otro estilismo para cada colección y cada mercado, con la cámara exactamente donde estaba.
02	**Acabados limitados a las muestras disponibles**	Cada acabado en cada producto, igualado a los códigos, incluidos los que aún están en producción.
03	**Esmalte y cromo peleándose con los focos**	Reflejos colocados donde describen la forma, no donde quedó la ventana de luz.
04	**Piezas empotradas invisibles**	Secciones de cisternas y bastidores para instaladores y prescriptores.

Construya la estancia en torno al producto, no al revés.

Dos baños, dibujados con medidas reales y espacios libres reales, sostienen un catálogo entero. Los cambios de estilismo son donde se muestra la gama; la estancia solo tiene que estar bien una vez.



Render de producción de Maverick Frame.

EL LISTADO DE IMÁGENES

El set de catálogo, línea a línea

Un compuesto de los catálogos de sanitarios que presupuestamos, a tarifas medias de estudio. Supone cinco productos principales, dos baños y un portal de distribuidores. Escale las líneas a su gama; la estructura se mantiene.

	PARTIDA	BASE	A TARIFA DE ESTUDIO
01	Productos modelados desde CAD: lavabo, inodoro, bañera, grifo, ducha	5 x $300	**$1.500**
02	Vistas principales en dos baños, familiar y hotel boutique	4 x $600	**$2.400**
03	Variantes con otro estilismo de las vistas principales: azulejo, luz, ambiente	20 x $180	**$3.600**
04	Acabados de grifo y ducha: cromo, negro, latón, gris metal	16 x $80	**$1.280**
05	Primeros planos: caño, esmalte, desagüe, pulsador	8 x $200	**$1.600**
06	Siluetas sobre blanco para el portal de distribuidores	15 x $90	**$1.350**
07	Sección de la cisterna empotrada y el bastidor	1 x $500	**$500**
08	Un loop de 20 segundos: agua corriendo, luz en movimiento	20 s	**$2.000**
09	Recortes de catálogo y formatos del portal de distribuidores	precio cerrado	**$400**
	Construido una vez: cinco productos		$1.500
	64 imágenes, un loop y formatos de distribuidor		$13.130
	El set de catálogo, presupuestado como compuesto		**$14.630**
	Cada nuevo estilismo de un baño tras el lanzamiento		**$180**

El baño número veintiuno cuesta $180.

Con dos estancias bien construidas, una colección de azulejos nueva, un color para un socio o un catálogo regional es un cambio de estilismo sobre una vista que ya existe. El coste de la gama pasa a las variantes, que es donde debe estar.

ERRORES DESDE SU LADO DE LA MESA

Seis frases que cuestan dinero a las marcas

Salen de briefs de sanitarios que recibimos. Ninguna es descuidada. Cada una infla el presupuesto o produce imágenes que los distribuidores no pueden usar.

	LO QUE SUELE ESCRIBIR	LO QUE CONVIENE ESCRIBIR
01	**Un baño de lujo, como las referencias**	Diga quién compra y dónde: un baño familiar en obra nueva se lee muy distinto de un hotel spa. Envíe tres estancias, no treinta.
02	**Todos los productos en cada escena**	Nombre el producto principal de cada vista. Un baño con todas las piezas de la gama parece un showroom, no un hogar.
03	**El cromo tiene que parecer cromo**	Envíe una muestra física de cada acabado difícil. El latón cepillado y el gris metal se juzgan a ojo frente a la pieza real, no con un código.
04	**Azulejos por decidir**	Nombre los esquemas de azulejo, aunque sea de forma provisional. Los azulejos cambian la luz de la estancia, y un cambio tardío es un nuevo render, no una sustitución.
05	**Mostrar la tecnología**	Diga qué partes técnicas importan a qué público. Una sección para instaladores es una imagen distinta de una principal para consumidores.
06	**Imágenes para el catálogo y la web**	Enumere los tamaños de página del catálogo y las especificaciones del portal de distribuidores. Las dobles páginas verticales y los formatos cuadrados se planifican en la cámara.

El agua es una decisión deliberada.

Un grifo abierto o una bañera llena es un efecto con su propio coste y su propio aspecto. Pídalo en las vistas donde vende el producto, no en todas.

LA PÁGINA ÚNICA

Lo que las marcas de sanitarios nos envían

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

01	**Los productos**	Nombres, archivos CAD, y cuáles protagonizan este catálogo.
02	**Los acabados**	Códigos de cada uno, más una muestra de los difíciles.
03	**Los baños**	Cuántos, para quién, con dos o tres referencias cada uno.
04	**Vistas por baño**	Un número, y el producto principal de cada vista.
05	**Los cambios de estilismo**	Esquemas de azulejo o colecciones en que debe mostrarse cada vista.
06	**Imágenes técnicas**	Secciones o vistas de instalación, y quién las lee.
07	**Dónde se publica**	Tamaños de página del catálogo, portal de distribuidores, web.
08	**La fecha**	Primero el cierre de imprenta; la web puede esperar.
09	**El presupuesto**	Una cifra o una horquilla. Define el número de cambios de estilismo.

Apruebe la estancia antes que la gama

Apruebe primero un baño en un acabado. Cada cambio de estilismo posterior es rápido, porque la cámara, la luz y los sanitarios ya están acordados.

Conserve las estancias para el año que viene

Pida que se archiven las escenas. La próxima colección entra en los mismos baños, y el catálogo se mantiene coherente.

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 baño	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.