



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

Elija la cámara, no la **imagen**

Las vistas estándar del render de exteriores, la altura y la lente que corresponden a cada una, los errores que se repiten y una hoja de cámaras lista para adjuntar.

EMPIECE AQUÍ

Una cámara son cuatro datos, no un adjetivo

“Una imagen bonita de la fachada principal” deja la decisión más importante del encargo en manos de alguien que no ha estado nunca en la parcela. Y la decisión se toma igualmente: se toma sin usted.

Una cámara se define con cuatro datos: desde dónde, a qué altura, con qué lente y mirando hacia dónde. Los cuatro caben en una línea. Escritos, la primera propuesta ya se parece a lo que tenía en la cabeza; sin escribir, la conversación se va en recolocar el punto de vista en lugar de en mejorar la imagen.

VISTA	QUÉ CONTESTA	CUÁNDO LA NECESITA
Aproximación peatonal	Cómo se llega al edificio y qué se ve primero.	Casi siempre. Es la vista que más se parece a la experiencia real.
Tres cuartos, desde la esquina	El volumen: dos fachadas a la vez y la profundidad del edificio.	La imagen que mejor explica el proyecto a quien no lo conoce.
Frontal a la fachada principal	La composición y el ritmo de huecos, comparable con el alzado.	Para cotejar con el proyecto y para material técnico.
Acceso y portal	Materiales, carpintería, cómo se entra.	Cuando el acceso es un argumento de venta o de calidad.
Conjunto desde altura baja	La relación con la parcela y con lo inmediato.	Parcelas grandes, urbanizaciones, relación con la topografía.
Aérea alta o plano de conjunto	La implantación completa.	Solo en promociones y masterplans. En un edificio suelto sobra.
Desde el espacio público relevante	Cómo aparece el proyecto desde la calle, la plaza o el paseo.	Tramitación, reuniones vecinales, cualquier contexto urbano sensible.
Atardecer o nocturna	La iluminación del proyecto, no la del cielo.	Una por paquete. Dos ya es decoración.

Ocho vistas es un catálogo, no un encargo. La mayoría de los proyectos se cuentan bien con tres o cuatro, elegidas a propósito.

PASO 01

Altura, lente y verticales

Tres decisiones técnicas que no son técnicas en absoluto: determinan si el edificio parece grande o pequeño, cercano o ajeno, construido o maqueta.

Altura de cámara

1,60 m	Altura de ojo. La única que produce la sensación de estar allí. Por defecto en cualquier vista a pie.
3 a 5 m	Levanta lo justo para pasar por encima de coches y setos sin abandonar la escala humana.
8 a 15 m	Dron bajo. Sirve para explicar la relación con el suelo y la parcela.
Por encima de 30 m	El edificio se convierte en maqueta. Útil para implantación, inútil para vender.

Lente, en equivalente 35 mm

24 a 28 mm	Solo con un motivo: calle estrecha, patio, interior. Exagera la profundidad y adelgaza los extremos.
35 mm	La lente honesta. Aproximación, tres cuartos, conjunto. Si duda, ésta.
50 mm	Cerca de la percepción normal. Acceso, detalle, frontal desde distancia.
85 mm y más	Comprime y ordena. Excelente para fachadas y para aislar una parte del edificio.

Las verticales, paralelas

Si inclina la cámara hacia arriba para que quepa el edificio, las verticales convergen y el edificio se echa hacia atrás. El ojo lo lee como error, no como estilo, y además hace que el edificio parezca más bajo de lo que es.

La solución no es corregirlo después: es mantener la cámara horizontal, subirla un poco o alejarla, y descentrar el encuadre hacia arriba. En perspectiva de dos puntos las verticales son verticales. Ponga esa frase en el encargo: **verticales paralelas salvo indicación expresa**. Es una línea y evita una discusión entera.



Render de producción de Maverick Frame.

PASO 02

Los seis errores que se repiten siempre

01	Gran angular para que quepa todo	El error dominante. Se abre la lente hasta que el edificio entra en el encuadre y, de paso, se alarga la fachada, se hunden los extremos y el edificio queda lejos y pequeño. Si no cabe, aléjese o cambie de vista. Nunca abra la lente para resolverlo.
02	Dron por defecto	La vista aérea se ha convertido en un reflejo. Casi nadie ve un edificio desde ahí, y desde ahí no se aprecian ni la entrada, ni los materiales, ni la escala. Úsela cuando la pregunta sea la implantación; para todo lo demás, baje.
03	Cámaras imposibles	Dentro de la parcela del vecino, en mitad de la calzada de una autopista, suspendida sobre el agua. Si la fotografía sería imposible, el render resulta inquietante sin que el espectador sepa explicar por qué.
04	El sol donde conviene, no donde está	La fachada principal iluminada aunque mire al norte. Fija la sospecha sobre todo el paquete. Pida la orientación y la fecha usadas, por escrito, junto a cada imagen.
05	Horizonte en el centro	Parte la imagen en dos mitades iguales y la vuelve inerte. Suba o baje la línea de horizonte según lo que importe: cielo o suelo, no los dos a partes iguales.
06	El edificio sin suelo	Encuadres que recortan el encuentro con el terreno. Es justo donde se lee la escala, la topografía y la calidad del proyecto. Deje entrar el suelo.

Cómo elegir el punto de vista en diez minutos

Abra el mapa, sitúese en el punto desde el que llegaría andando y avance por la calle. Marque dos o tres posiciones reales con coordenadas o con una referencia clara del callejero. Eso es la mitad del trabajo, lo hace usted mejor que nadie y no cuesta nada.

Si el proyecto va a tramitación

Pregunte a la administración que corresponda qué puntos de vista exige, si deben estar documentados y con qué método. No dé por hecho ningún criterio: cambia por municipio y cambia con el tiempo. Una imagen de marketing y una imagen de expediente no son el mismo producto, y la segunda no se improvisa a partir de la primera.

PASO 03

La hoja de cámaras

Rellénela y adjúntela al encargo. Una línea por imagen. Si una línea no se puede rellenar, esa imagen todavía no está decidida.

Nº	VISTA	ALTURA	LENTE EQ.	MIRA HACIA	HORA / ESTACIÓN
01					
02					
03					
04					
05					
06					

REGLAS PARA TODO EL PAQUETE

Verticales paralelas SI / NO _____
Orientacion y fecha del sol _____
Estacion y estado de la vegetacion _____
Entorno: construido ____ consentido ____ ninguno ____
Personas en la imagen ____ Vehiculos ____
Formato y proporcion de salida _____
Una version sin cielo ni entorno, para montaje ____

La última línea se pide poco y se agradece siempre: el edificio limpio sobre fondo transparente sirve durante años para prensa, portadas, paneles y redes sin encargar nada nuevo.

Si solo va a escribir una frase

Que sea ésta: **desde dónde se ve el edificio en la vida real**. Casi todo lo demás de esta guía se deduce de contestarla bien.

TRABAJAR CON UN ESTUDIO

El coste, y cómo redactar el encargo

Las dos preguntas que nos hacen antes que cualquier otra. Ambas respuestas son cortas.

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

Rangos de mercado que estamos dispuestos a publicar, en dólares. Los plazos y el número de rondas de revisión no aparecen deliberadamente: los nuestros varían demasiado según el tipo de proyecto como para darlos como referencia, y un número inventado aquí sería peor que ninguno.

Cómo redactar el encargo: cuanto más corto, mejor

Esto es lo contrario de lo que casi todo el mundo supone. Cuatro cosas:

- Qué necesita — **cuántas imágenes y de qué**
- Los planos y alzados, tal como están
- Unas pocas referencias de ambiente y luz
- Una línea clara sobre para qué son las imágenes

Convertir un encargo pequeño en un pliego de cincuenta páginas sale mal: tomado al pie de la letra produce un resultado feo y despista a quien hace el trabajo. Explique la intención y deje el detalle al equipo que hace esto a diario.

El error que más caro sale

El fallo más frecuente que vemos no es elegir mal al proveedor. Es el **momento**. La gente empieza a buscar solo cuando el primer proveedor ya ha fallado y la fecha está encima, y entonces elige con prisa.

Seleccione y valore estudios **antes** de necesitarlos. Uno, idealmente varios, informados y listos para asumir trabajo. Cuesta una tarde ahora y salva un proyecto después.

10+

AÑOS DE RENDERIZADO Y NARRATIVA VISUAL

350+

MARCAS Y AGENCIAS ATENDIDAS EN TODO EL MUNDO

95%

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES

40%+

DE NUESTROS ENCARGOS YA INCLUYEN MOVIMIENTO O 360

Cuando la imagen tiene que **aguantar**, hable con nosotros

Somos un estudio CGI: renderizado arquitectónico y de producto, modelado 3D, animación, tours 360 y VR. Diez años, más de 350 marcas y agencias, y el tipo de trabajo que sigue estando bien cuando alguien cuenta las ventanas.

Envíenos los planos y una línea sobre para qué son las imágenes. Recibirá un alcance y un precio, sin obligación de usar ninguno de los dos.

EMPIECE AQUÍ

maverickframe.com/contacts

VEA EL TRABAJO

maverickframe.com/gallery

ESCRITO POR

Dim Kuzmenko

Cofundador



Render de producción de Maverick Frame. · Los rangos son de mercado a 2026 y no constituyen un presupuesto.