



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

9 errores de render que matan en silencio la **venta sobre plano.**

Nueve cosas de un set de renders inmobiliarios que hacen que un piso parezca más pequeño, más oscuro o menos honesto de lo que es, lo que le cuestan en compradores y qué pedir a su estudio.

EMPIECE AQUÍ

El comprador decide en segundos. El render decide antes.

Quien compra sobre plano no tiene un piso que recorrer. Mira un portal o un folleto, dedica unos segundos a un render y decide si la vivienda es luminosa, amplia y vale lo que se pide por ella. Después pide cita en la oficina de ventas, o no.

La mayoría de los renders que fallan no son feos. Son técnicamente correctos y comercialmente erróneos: el sol está en el lado equivocado, el objetivo estira el salón, la vista desde la terraza es inventada. Cada uno siembra una pequeña duda, y el equipo comercial se pasa el año siguiente desmontándola en visitas, por teléfono y en la firma de la reserva.

Los errores de esta guía son los que un comprador nota sin saber nombrarlos. Una vez que los conoce, no hace falta ojo experto para verlos, y todos se pueden corregir en el brief, antes de que el estudio abra la escena.

LO QUE MUESTRA EL RENDER		LO QUE CONCLUYE EL COMPRADOR	
01	Una terraza a pleno sol de mediodía en una fachada norte	El piso tiene luz todo el día. La visita a la obra demuestra lo contrario, y el comprador se pregunta qué más se ha maquillado.	
02	Un salón fotografiado con un gran angular extremo	El salón es enorme. Luego el piso piloto se queda pequeño y el precio de pronto parece alto.	
03	El edificio sobre un fondo blanco o desenfocado	Nadie quiere enseñar lo que hay al lado, así que será un aparcamiento, una vía de tren o algo peor.	
04	Una piscina en cubierta vista solo desde un dron	Un rectángulo azul. Cuesta imaginarse usándola, y es fácil no contarla en lo que vale el precio.	
05	Estancias vacías y sin luz al anochecer	Aquí todavía no vive nadie, y nadie tiene prisa por ser el primero.	

El comprador no compara su render con otros renders.

Lo compara con el día de la entrega de llaves. Cada imagen que promete más de lo que el edificio da es un préstamo contra ese día, y se paga en visitas difíciles, renegociaciones y reseñas. Un render un poco menos espectacular y del todo cierto vende durante más tiempo.



Render de producción de Maverick Frame.

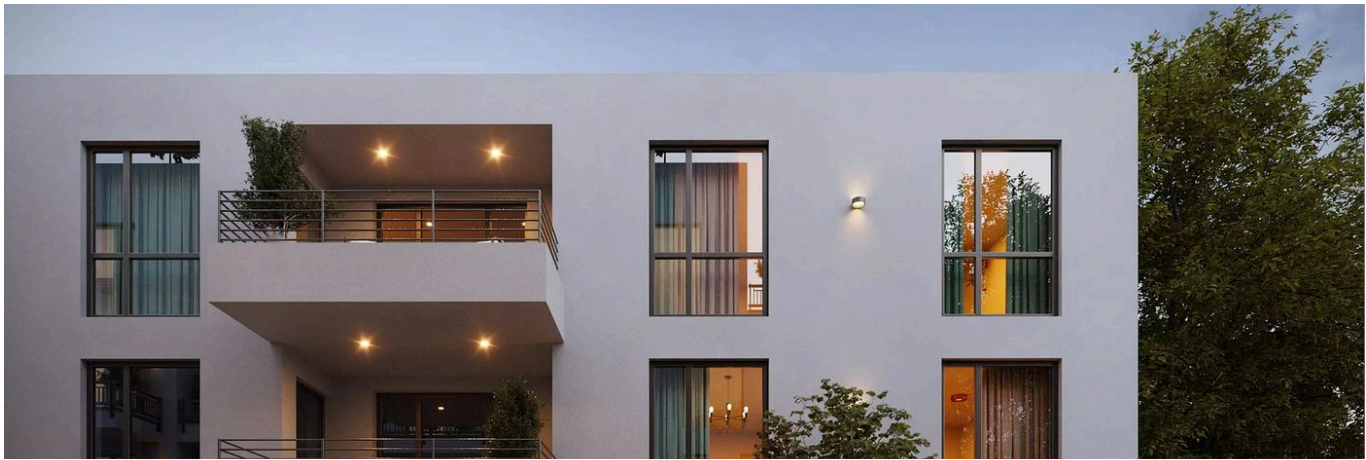
ERRORES 1 A 5

Luz, objetivo y lo que no se ve

EL ERROR	LO QUE LE CUESTA	LA SOLUCIÓN
1. El sol en el lado equivocado	El comprador mira la orientación en el plano. Una imagen principal soleada en un bloque orientado al norte parece un truco en cuanto se nota. Casi todos lo miran antes de pedir cita.	Pida al estudio que sitúe el sol según la orientación y la latitud reales del solar, y que indique la hora del día.
2. Un objetivo que estira las estancias	Una cámara de gran angular extremo duplica el tamaño aparente de un dormitorio. El piso piloto o la entrega decepcionan. Hay compradores que guardan el folleto y comparan.	Pida una focal moderada a la altura de los ojos, y la superficie real de la estancia en el pie de imagen.
3. Estancias vacías o a medio amueblar	Una habitación vacía parece más pequeña y más fría, y nadie sabe si cabe una cama de matrimonio o una mesa de comedor.	Pida muebles a tamaño real para su mercado, colocados como viviría de verdad un comprador. Con dos o tres estancias amuebladas basta.
4. Una vista que no existe	Las plantas altas se venden por la vista. Un horizonte urbano genérico o un cielo pintado hacen que el sobreprecio parezca inventado.	Pida la vista a partir de fotos de dron tomadas a la altura de cada planta, o de un modelo fiel del entorno. Plantas altas y bajas, cada una con su encuadre.
5. Zonas comunes vistas solo desde el aire	Los vecinos pagan gastos de comunidad por la piscina, el gimnasio y el jardín. Un plano de dron enseña una forma, no un motivo para pagarlos.	Pida al menos un encuadre a la altura de los ojos de cada zona común, con gente usándola a una hora creíble.

Hacerlo bien no cuesta más

El sol, el objetivo y los muebles correctos llevan las mismas horas que los incorrectos. Solo tienen que estar en el brief antes del primer borrador, no en los comentarios de después. Envíe el plano de situación con el norte marcado, los planos de planta y el mobiliario que pondría en el piso piloto, y casi toda esta página queda resuelta antes de abrir la escena.



Render de producción de Maverick Frame.

ERRORES 6 A 9

Entorno, personas y la memoria de calidades

EL ERROR	LO QUE LE CUESTA	LA SOLUCIÓN
6. Jardines con veinte años de crecimiento	El comprador llega y encuentra arbolitos y parterres vacíos. El paisajismo que pagó parece sin terminar durante años. Además invita a compararlo con el vallado de obra.	Pida la vegetación al tamaño que tendrá en la entrega, o un pie de imagen claro que diga que se muestra adulta.
7. Un edificio sin vecinos	El transporte, los parques y los colegios justifican el precio. Sin ellos, el comprador rellena el hueco con la peor suposición.	Pida la calle real, los edificios colindantes y una referencia que un comprador de la zona reconozca. Más allá, el entorno puede ser genérico.
8. Personas que parecen pegadas	Recortes de banco de imágenes, la estación equivocada y caras que miran a cámara hacen que toda la imagen parezca falsa, no solo las figuras. El comprador deja de fiarse también del edificio.	Pida pocas personas, iluminadas y escaladas con la escena, vestidas para la estación y haciendo algo cotidiano.
9. Acabados que no están en la memoria	Encimera de piedra en el render y laminado en el piso convierten una herramienta de venta en una reclamación, o algo peor. El equipo comercial acaba pidiendo disculpas por el folleto.	Pida al estudio que ajuste cada acabado visible a su memoria de calidades, y que marque lo que sea orientativo.

Puntúe su set actual: un punto por cada error que vea en al menos una imagen. Una sola vista puede sumar varios puntos, y un set de veinte imágenes rara vez saca cero. El objetivo no es la puntuación perfecta, sino que no haya sorpresas el día que el comprador entra en su piso.

0 - 1

LISTO PARA PUBLICAR

2 - 3

CORREGIR ANTES DEL LANZAMIENTO

4+

REHACER EL BRIEF DEL SET

Por dónde empezar si la puntuación es alta

Corrija primero el 1, el 4 y el 9. Orientación, vistas y acabados son los tres que el comprador puede contrastar con el plano, el solar y el contrato, así que son los que acaban en renegociación. Los demás le cuestan interés; estos le cuestan confianza.



Render de producción de Maverick Frame.

LA PÁGINA QUE IMPORTA

Revise cualquier set de renders en cinco minutos

Ponga esta lista junto a sus renders actuales, al anuncio de la competencia en el mismo portal o al portfolio de un estudio antes de encargarle nada, el nuestro incluido. Cada línea es un error de las páginas anteriores, en el mismo orden.

La lista de control del render

- ☐ El sol entra por el lado al que realmente mira el edificio.
- ☐ Las estancias se ven a la altura de los ojos, con un objetivo que respeta sus proporciones.
- ☐ Cada estancia está amueblada a tamaño real, como viviría en ella un comprador.
- ☐ Las vistas desde ventanas y terrazas son las reales de esa planta.
- ☐ Cada zona común tiene al menos una imagen a la altura de los ojos con gente usándola.
- ☐ La vegetación se ve al tamaño de la entrega, o se indica claramente que es adulta.
- ☐ La calle real, los vecinos y una referencia de la zona están en el encuadre.
- ☐ Las personas son pocas, naturales, de la estación e iluminadas como el resto.
- ☐ Cada acabado visible coincide con la memoria de calidades.

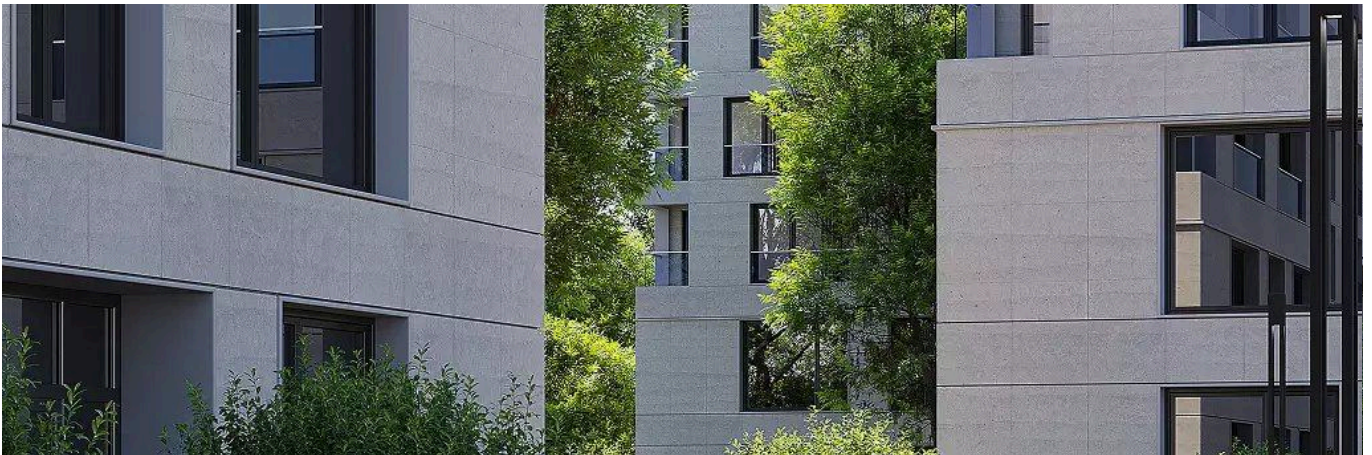
Aplíquela a las cinco imágenes que más venden: el exterior principal, el salón, la mejor vista, la zona común principal y la llegada desde la calle. Si esas cinco pasan, el resto del set suele seguir las. Si fallan, corríjalas antes de pagar más vistas.

Si ha marcado tres o más

No parchee las imágenes una a una. Rehaga el brief del set adjuntando orientación, planos de planta, memoria de calidades y fotos del solar, para que cada vista se corrija en origen.

Revísenos igual

Nuestras tarifas y condiciones de estudio están en la página siguiente, para que pueda medirnos con la misma lista antes de enviarnos nada.



Render de producción de Maverick Frame.

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 lo que ya tenga

Planos, un modelo, fotografías o un borrador de brief, en el estado en que estén. Le responderemos con un alcance, un precio y las preguntas que lo deciden, por escrito y sin llamada comercial.

El formulario de contacto	maverickframe.com/contacts/
----------------------------------	---

Promociones inmobiliarias	maverickframe.com/es/soluciones/render-inmobiliario-para-promotoras/
----------------------------------	---

O por email	sale@maverickframe.com
--------------------	--

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.