

GUÍA PRÁCTICA · 2026

Cómo estructurar una sala de ventas 100 % digital que vende proyectos sobre planos

Una hoja de ruta en 7 pasos para constructoras y desarrolladores que venden antes de construir.

Con datos de Camacol, McKinsey y estudios de transacciones inmobiliarias — y la experiencia real de un proyecto vendido 100 % virtual.

Por qué esta guía

En Colombia, **cerca del 60 % de la vivienda nueva se vende sobre planos**. Seis de cada diez compradores firman por algo que todavía no pueden pisar. Eso convierte la forma en que muestras el proyecto en la mitad de tu operación comercial — no en un detalle de marketing.

Esta guía no es teórica. Es la secuencia que seguimos con constructoras que pasaron de vender con planos y renders sueltos a vender con una sala de ventas digital. Incluye el orden en que conviene hacer las cosas, qué pedirle a tu proveedor y cómo medir si funcionó.

60 %

de la vivienda nueva
se vende sobre planos
(Camacol)

31 %

más rápido se venden
los inmuebles con
recorrido 3D

5–15 %

del costo de obra se
va en retrabajo
(McKinsey)

Fuentes al final del documento.

El problema que resuelve

Vender sobre planos tiene un cuello de botella que no cambia: **el comprador tiene que imaginar**. Imaginar el tamaño real del cuarto, la luz de la tarde, la vista desde el piso 14. Y mientras imagina, duda. Mientras duda, compara. Mientras compara, se demora.

La sala de ventas digital no es "hacer bonito el proyecto". Es quitarle al comprador el trabajo de imaginar.

«Esto va mucho más allá de un render: si el cliente me dice “mire para la derecha, cómo se ve la sala si estoy parado en la cocina”, yo puedo mostrarle exactamente eso».

Ing. José Rubén Cavanzo · Gerente General, Grupo Koi — Proyecto Cronus

Los 7 pasos

Paso 1 · Define qué decisión quieres que tome el comprador

Antes de modelar nada, define el momento exacto: ¿quieres que agende una cita, que elija tipología, que separe? Una sala de ventas que sirve para "mostrar el proyecto" no sirve para nada concreto. Una que está diseñada para "que el comprador elija su tipología y su piso" sí.

Paso 2 · Reúne la información con nivel de construcción

Este es el paso que más proyectos retrasa. El modelo 3D solo puede ser tan bueno como la información que recibe: planos arquitectónicos definitivos, especificaciones de acabados, cortes, fachadas y localización real del lote.

«Para que esto funcione bien, la constructora tiene que entregar la información del proyecto con buen nivel de detalle antes de dar el paso a la maqueta virtual — prácticamente una versión para construcción».

Paso 3 · Construye el activo maestro una sola vez

El error más caro es contratar piezas sueltas: unos renders por un lado, un video por otro, un tour por otro. Cada pieza se vuelve a modelar y se paga tres veces. La ruta correcta es construir **un solo modelo 3D completo** —el gemelo digital— y derivar de ahí todas las piezas comerciales.

Qué debe incluir el activo maestro

- ☐ Exteriores desde varias alturas (peatón, dron, satélite)
- ☐ Todas las áreas comunes: lobby, piscina, gimnasio, salones
- ☐ Todas las tipologías de apartamento, no solo la de muestra
- ☐ Los acabados que realmente ofrece la constructora
- ☐ Obra gris y obra blanca, si aplica a tu comercialización
- ☐ La vista real desde cada altura y orientación

Paso 4 · Deriva las piezas por etapa de venta

Cada pieza tiene un trabajo distinto. Usarlas en desorden es la razón más común por la que "el 3D no funcionó".

Pieza	Etapas	Para qué sirve
Render	Atracción	Portales, valla, redes. Que se detengan.
Recorrido 360°	Calificación	Web y pauta. Quien lo recorre, viene interesado.
Video 3D	Emoción	Redes y presentaciones. Cuenta la historia.
Sala de ventas	Cierre	Herramienta del asesor frente al cliente.

Paso 5 · Entrena al equipo comercial (no solo entregues el link)

Una sala de ventas sin asesor entrenado es un video caro. El equipo debe saber conducir el recorrido: llevar al cliente a la tipología correcta, cambiar acabados mientras habla y mostrar la vista desde su piso en el momento en que aparece la objeción.

Regla práctica: si el asesor no puede resolver "¿y qué veo desde mi ventana?" en menos de diez segundos, todavía no está listo.

Paso 6 · Publícala donde el comprador ya está

El recorrido debe abrirse desde un enlace, en el celular, sin instalar nada. Ubícalo en la ficha del proyecto, en los portales inmobiliarios, en la firma de correo del equipo y en el primer mensaje de WhatsApp.

Paso 7 · Mide lo que antes no podías medir

Esta es la ventaja que el apartamento modelo nunca dio: saber qué unidades se ven más, qué acabados prefieren y en qué punto abandonan el recorrido. Con eso el equipo enfoca el esfuerzo y el desarrollador ajusta el producto.

Métricas mínimas a seguir

- ☐ Visitantes que abren el recorrido / total de visitantes
- ☐ Tiempo promedio dentro del recorrido
- ☐ Tipologías más visitadas (¿coincide con tu inventario?)
- ☐ Solicitudes de cita originadas en el recorrido
- ☐ Tiempo entre primer contacto y separación

Un caso real: Proyecto Cronus

Grupo Koi vendió el proyecto Cronus, en Bucaramanga, sin construir apartamento modelo. La presentación fue 100 % virtual — y los compradores no estaban todos en la ciudad.

100 %

virtual: así se
cerraron negocios

0

apartamentos modelo
construidos

Medellín →
Israel

alcance real de los
compradores

«No había necesidad del apartamento modelo físico — que además vale mucha plata. Todo lo que le invierto al proyecto al final se lo tengo que cargar al precio».

Cinco errores que cuestan caro

- 1. Contratar piezas sueltas.** Renders por un lado, video por otro. Se modela y se paga tres veces.
- 2. Entregar información incompleta.** El modelo hereda los vacíos del plano y las correcciones se multiplican.
- 3. Modelar solo una tipología.** El comprador de las otras sigue teniendo que imaginar.
- 4. No entrenar al equipo.** La herramienta existe pero nadie la usa frente al cliente.
- 5. No medir.** Se pierde la única ventaja que lo digital tiene sobre el apartamento modelo.

Checklist final antes de arrancar

Lo que debes tener resuelto

- ☐ Sé qué decisión quiero que tome el comprador
- ☐ Tengo los planos definitivos y las especificaciones de acabados
- ☐ Voy a construir un solo modelo maestro, no piezas sueltas
- ☐ Sé qué pieza usaré en cada etapa de la venta
- ☐ El equipo comercial va a recibir entrenamiento
- ☐ El recorrido estará publicado donde el comprador ya está
- ☐ Definí las métricas que voy a seguir

¿Quieres verlo funcionando?

Agenda una demostración gratuita y te mostramos una sala de ventas virtual real, con un proyecto construido. Sin compromiso y sin presentación de ventas: entras, recorres y sacas tus conclusiones.

WhatsApp: +57 318 258 3664 · **Correo:** contact@inviewd.com · **Web:** inviewd.com

Fuentes

- Camacol — cifras de venta de vivienda nueva en Colombia, 2025 (173.632 unidades, +12,4 %) y participación de la venta sobre planos.
- Estudio de transacciones MLS en cuatro mercados de EE. UU. (vía Matterport): inmuebles con recorrido 3D se venden hasta 31 % más rápido y hasta 9 % por encima en precio.
- McKinsey Global Institute, *Reinventing Construction*: el retrabajo consume entre 5 % y 15 % del costo total de obra.
- Entrevista con el Ing. José Rubén Cavanzo, Gerente General de Grupo Koi (Proyecto Cronus), 2026.

© Inviewd S.A.S. 2026 · Bucaramanga, Santander, Colombia. Este documento puede compartirse libremente sin modificarlo.