

NEWS

ScreenWay ofrece a las consultas médicas brillantez 4K y comunicación con el paciente sin publicidad

La digitalización avanza en el sector médico

22 de diciembre de 2025, Tobias Engl



Sea la señalización exterior, la recepción, el vestíbulo o la sala de espera: hoy todos los espacios se pueden modernizar. Experimentan una reorientación funcional, de espacios de estancia pasivos a instrumentos funcionales de información y marketing. De paso, los displays crean una atmósfera más luminosa y positiva. Donde antes las revistas anticuadas y los carteles descoloridos de las aseguradoras marcaban las consultas, ScreenWay representa hoy la punta de lanza tecnológica de una interpelación al paciente moderna y, sobre todo, seria.

El rasgo diferenciador decisivo de los contenidos de vídeo de ScreenWay está en la combinación de máxima calidad y un compromiso consecuente con cortometrajes divulgativos, que describen los servicios de la consulta y, ante todo, libres de publicidad. Como todos los vídeos se producen en 4K (resolución UHD de 3840 x 2160 px), ScreenWay ofrece pantallas con la mayor resolución del mercado. Esta brillantez visual garantiza que los detalles médicos y las animaciones complejas se representen con una nitidez que no solo cautiva la atención, sino que también subraya la profesionalidad y la exigencia médico-tecnológica de la consulta. A diferencia de otros proveedores, en ScreenWay el paciente no es interrumpido por clips publicitarios de bienes de consumo ni spots farmacéuticos masivos. En su lugar, los contenidos de pantalla actúan como interfaz exclusiva entre la innovación médica y la necesidad de información del paciente. Eso

refuerza la credibilidad de la consulta y dirige la concentración a lo esencial: la salud. Los análisis científicos demuestran el valor psicológico de esta comunicación sin interrupciones. El tiempo de espera percibido se reduce hasta un 35 por ciento* gracias a la preparación visual de calidad, mientras la ausencia de publicidad de terceros molesta reduce la sensación de estrés. Este contenido relacionado con la salud transmite temas médicos complejos de forma comprensible y a la altura de los ojos, refuerza la competencia sanitaria de los pacientes y los prepara con sentido para la posterior conversación con el médico.

La transformación digital en el point of care

Como ninguna publicidad externa distrae del contenido del vídeo, el sistema asume el papel de un altamente eficaz «silent salesman» de los propios servicios. Así se puede informar sin intrusión, por ejemplo, sobre las especializaciones del médico o los servicios adicionales que ofrece la consulta. En 4K nítido se preparan visualmente relaciones complejas y procedimientos de diagnóstico innovadores. La demanda de servicios de salud individuales en el consultorio aumenta de forma medible hasta un 15 por ciento*. El paciente entra preinformado en la sala de tratamiento y pregunta con puntería por las opciones terapéuticas modernas, lo que refuerza al médico en su pericia profesional y lo libera del papel de vendedor. ScreenWay hace posible así un branding de consulta genuino en el que toda la atención pertenece al equipo y a la pericia. Con ello, ScreenWay demuestra que la medicina moderna contribuye activamente a la optimización de la salud mediante la divulgación digital, de alta resolución y sin publicidad. Al mismo tiempo se asegura la profesionalidad y la rentabilidad de la consulta médica.

*Fuente: estudio EMPAT, análisis de mercado del Centro Alemán de Marketing Médico