

NEWS

El futuro interactivo

La interacción como estándar: por qué el interactive signage de ScreenWay define el futuro de la comunicación con el cliente

25 de febrero de 2026, Tobias Engl



En un paisaje de comunicación moderno en el que la atención es la moneda más valiosa, ScreenWay define el futuro de la comunicación con el cliente mediante un enfoque consecuente en la interacción. Mientras los anuncios clásicos y estáticos caen cada vez más víctimas del efecto de la llamada banner blindness, el interactive signage apuesta por un cambio de paradigma fundamental. Ya no se trata solo de enviar un mensaje de forma unilateral, sino de abrir activamente un diálogo. Los sistemas interactivos de ScreenWay convierten a los espectadores pasivos en participantes activos y crean así una vinculación más profunda con la marca y éxitos medibles en el point of interest.

Este éxito se funda en la psicología de la autodeterminación, ya que la señalización interactiva aprovecha el instinto humano de la curiosidad. En cuanto un display reacciona al tacto, la percepción del usuario cambia de raíz, porque deja de ser mero receptor de una información para dirigir él mismo su experiencia. ScreenWay ha perfeccionado ese proceso combinando hardware táctil de alta sensibilidad e interfaces intuitivas. Sea en la hotelería, en el comercio o en las empresas, el interactive signage permite a los usuarios consultar exactamente la información que necesitan en ese momento, lo que lleva a una satisfacción notablemente mayor y a un contacto más intenso con los contenidos.

La ventaja de mercado decisiva de ScreenWay está en la sinergia sin costuras entre los sistemas de kiosco dedicados y el potente sistema de gestión de contenidos. A diferencia de las tabletas de consumo convencionales, el hardware está concebido para el uso continuo sin compromisos. El cristal templado y oleóforo y las carcasas optimizadas térmicamente garantizan que los sistemas reaccionen con precisión incluso tras miles de toques. Una latencia extremadamente baja asegura además que cada entrada se procese en tiempo real, algo imprescindible para una experiencia de marca de calidad. Pese a esta complejidad tecnológica, la administración a través del dashboard central sigue siendo simple, con lo que los menús interactivos o los mapas de wayfinding pueden sincronizarse y actualizarse en todo el mundo.

Los campos estratégicos de uso de esta tecnología son casi ilimitados. En el comercio, el sistema actúa como estantería digital infinita en la que los clientes pueden recorrer todo el surtido online y pedir por código QR. En la hotelería, el conserje digital descarga al personal, ya que los huéspedes hacen reservas o consultan información local por su cuenta. Incluso en naves de producción u oficinas modernas, la tecnología sirve de plataforma central de información para empleados sin puesto fijo de PC. Más allá de la mera optimización de procesos, ScreenWay entrega valiosos datos first party, porque cada toque de la pantalla deja una huella digital. Las empresas saben así en tiempo real qué contenidos interesan de verdad y en qué punto se interrumpen las interacciones, lo que permite una optimización de toda la estrategia de comunicación apoyada en datos.

En resumen, el interactive signage de ScreenWay es mucho más que un juguete técnico. Es una respuesta estratégica a las exigencias de un mundo conectado que disuelve las fronteras entre el espacio físico y la información digital. Para las empresas, la inversión en esta tecnología significa un aumento sostenido de la eficiencia operativa, una modernización de la imagen de marca y, sobre todo, una conexión más directa y valiosa con clientes y empleados.