

NEWS

Screenvolution "Living Canvas"

La nueva era de la IA convierte a los agentes en los socios más importantes

20 de abril de 2026, Tobias Engl



La dirección es inequívoca. Según el informe sectorial actual sobre el estado del digital signage, la tasa de adopción de IA ha subido en dos años de alrededor del 12 a cerca del 41 por ciento; ya no un cambio paso a paso, sino un salto. ScreenWay lo ve en tres niveles. En el primero, la IA despacha el papeleo: la programación y los informes corren automáticamente mientras la persona fija las reglas. En el segundo entra la verdadera inteligencia de contexto: las pantallas reconocen el tiempo o el público y adaptan los contenidos. Pero la verdadera revolución es el tercer nivel, la agentic AI. Aquí la pantalla se convierte en agente autónomo que se comunica más allá de las fronteras de sistema con bases de datos, gestión de mercancías y domótica. La persona solo define la meta; el camino lo elige la IA.

Cómo actúa en concreto lo muestra el fin de la «pantalla vacía». Las suites de IA modernas generan complejos layouts multizona por orden de voz. Quien sube una foto del diseño deseado lo recibe segundos después como plantilla funcional. Si el equipo de cocina de un hotel teclea por la mañana los platos nuevos, la IA construye con ellos, sin pasar por el departamento gráfico, un panel de menú terminado, ajustado a la hora del día, la ocupación y el diseño

corporativo. Y la IA tiene, por así decirlo, ojos: mediante análisis anonimizados por cámara o sensor, y por tanto conformes al RGPD, el sistema entiende a su público en tiempo real, cambia el idioma ante huéspedes internacionales o agranda la letra para un grupo de viajeros mayores.

Especialmente vivo se pone con los avatares de IA. Lo que durante mucho tiempo sonó a ciencia ficción es en 2026 parte del mix de servicio. Sea como estela interactiva en la recepción o como asesor en la tienda. Los avatares mantienen conversaciones reales, reaccionan con empatía y dominan con fluidez más de cien idiomas. Gartner pronostica que la IA basada en agentes resolverá de forma autónoma hasta 2029 alrededor del 80 por ciento de las consultas de servicio habituales. Económicamente es una ganancia. El avatar asume las veinticuatro horas el soporte de primer nivel y le guarda las espaldas al equipo para los casos realmente complejos.

La coronación es el agente que toma él mismo la iniciativa. Gracias a estándares como el Model Context Protocol (MCP), la IA actúa como un «puerto USB para la inteligencia» y se acopla sin costuras a sistemas enterprise como ServiceNow o Salesforce. Un agente que lee el sistema de gestión hotelera sabe al instante cuándo hace check-in un VIP y adapta la imagen de bienvenida en todas las pantallas relevantes. Reconoce problemas de hardware antes de que un display se apague y crea por sí mismo un tique de mantenimiento. La próxima ola —reconocimiento de emociones para colas inquietas, displays 3D, sistemas A2A que negocian entre agentes— ya se perfila.

Para los clientes de ScreenWay eso significa sobre todo una cosa: el digital signage ya no es una herramienta de comunicación estática, sino un participante activo y pensante en el éxito de la empresa. La pantalla ve, piensa y actúa: descarga al personal, aumenta las ventas mediante personalización milimétrica y entrega indicadores medibles por cada píxel. La pregunta en 2026 ya no es si se integra la IA, sino quién construye hoy la infraestructura para no quedar descolgado mañana. ScreenWay acompaña ese camino desde la primera plantilla inteligente hasta la red de pantallas interactiva y plenamente autónoma. El futuro ya emite hoy; solo hay que mirar.

FUENTES Gartner (comunicado de prensa, marzo de 2025): la IA basada en agentes resolverá de forma autónoma hasta 2029 aprox. el 80 % de las consultas habituales de atención al cliente (–30 % de costes operativos) · Model Context Protocol (MCP), Agent-to-Agent (A2A) · Tasa de adopción, datos de proveedores y productos: informe sectorial de digital signage / clasificación interna de ScreenWay.