

NEWS

El futuro pertenece a las pantallas que no se ven

Smart glass: la era de la revolución invisible comienza cuando el hardware desaparece

24 de abril de 2026, Tobias Engl



Es sábado por la mañana, nueve y media. Una clienta pasea ante una boutique de moda, se detiene un momento y mira. En el escaparate aparecen imágenes suavemente animadas: el nuevo vestido de verano en tres colores, combinado con los accesorios a juego, debajo un descuento especial, válido solo hoy. El propio cristal parece intacto, claro, acogedor. Y sin embargo trabaja. Lo que suena a escena de película futurista es hoy realidad. Los displays OLED transparentes convierten las superficies de cristal en soportes de comunicación vivos, sin cargar el espacio, sin bloquear las líneas de visión, sin perturbar la atmósfera.

El digital signage ha alcanzado en los últimos años una madurez notable. El mercado global se estimó en 2024 en unos 29.000 millones de dólares y debe crecer hasta 2035 por encima de los 57.000 millones. En Europa, el crecimiento anual supera el 17 por ciento. Pero la verdadera revolución no es el crecimiento. Es la calidad. Los displays modernos son más nítidos, más brillantes y más eficientes que nunca. Y con la llegada de las tecnologías transparentes, el propio display se vuelve invisible: el mensaje pasa al primer plano, el soporte se retira.

Un escaparate que es a la vez transparente y reproducible. Eso no es magia. Es el estado actual de la técnica.

Las pantallas OLED transparentes, como las que LG y Samsung ofrecen desde 2024 en tamaños comerciales de hasta 77 pulgadas, alcanzan una transparencia del 40 al 55 por ciento con nítida resolución 4K. Se integran en lunas de escaparate, se usan como puertas de vitrinas refrigeradas o como separadores de espacios en oficinas y hoteles. Junto a ellas, las pantallas LED mesh transparentes, que dejan pasar hasta el 90 por ciento de la luz, abren posibilidades del todo nuevas para fachadas y grandes superficies. Y desde el otoño de 2025 existe otra categoría: los llamados displays hololuminiscentes, que convierten material de vídeo 2D corriente en hologramas 3D de aspecto real, sin software especial, sin pipeline 3D. Quien ve pantallas así, se detiene. Y ese es exactamente el punto.

Por qué detenerse no basta y dónde el software marca la diferencia

Una pantalla impresionante es un buen comienzo. Pero solo el software adecuado convierte un caro marco de cristal en una verdadera ventaja competitiva. Aquí interviene ScreenWay. La plataforma conecta displays de todo tipo (sea pared LED clásica, panel OLED transparente o kiosk de hologramas) con los datos y sistemas que una empresa ya usa de todos modos. Gestión de reservas, sistema de información, sistema de caja, función de calendario:

ScreenWay se sincroniza con más de 50 integraciones y garantiza que el contenido correcto aparezca en el momento correcto y en el lugar correcto, de forma totalmente automática y sin intervenciones manuales.

Qué significa eso en concreto: un restaurador cambia una vez el precio de su plato del día en la caja y la pantalla del menú lo muestra correctamente en segundos. Un hotel saluda por su nombre a los huéspedes que llegan, porque ScreenWay evalúa el sistema PMS. Una consulta médica emite automáticamente en la sala de espera vídeos explicativos, por ejemplo sobre las campañas de vacunación, en cuanto empieza el otoño. Y si en una oficina salta la alarma de incendios, ScreenWay anula con un solo clic todas las pantallas a la vez, sean una, cien o mil.

La plataforma está diseñada a propósito para no exigir conocimientos de TI. En menos de 30 minutos funciona la primera pantalla. Más de 300 plantillas específicas por sector entregan al instante contenidos de aspecto profesional, sin agencia y sin programa gráfico. Y quien crece no tiene que cambiar: ScreenWay gestiona con la misma calma un único display en una consulta médica que una red de 1.000 pantallas en 200 sucursales.

La pregunta ya no es si el digital signage merece la pena. La pregunta es si uno puede permitirse esperar.

De hoy a 2050: la evolución que hace tiempo comenzó

Lo que hoy empieza con pantallas OLED transparentes y personalización asistida por IA se acelerará en los próximos años. Hasta 2030, los displays transparentes pasarán de producto premium a estándar. Escaparates, mamparas de cristal y vitrinas refrigeradas se llenarán de contenido con toda naturalidad. Solo el mercado de displays transparentes debe crecer hasta 2035 por encima de los 65.000 millones de dólares, con un crecimiento anual de más del 31 por ciento. Poco después, hacia 2036, las gafas de realidad aumentada serán producto de masas: desde ese momento existirán para las empresas dos canales de información paralelos: la pantalla física para todos los visitantes y una capa digital para usuarios con gafas AR. Las plataformas capaces de servir ambos canales desde una sola mano definirán el mercado. Y a más largo plazo, hacia 2045 y más allá, el concepto de pantalla se disuelve del todo: cada superficie, cada pared, cada ventana se vuelve potencialmente portadora de información. El software que lo dirige se convierte en la capa de sistema operativo del mundo físico.

ScreenWay está construido exactamente para ese camino. La plataforma no piensa en aparatos, sino en canales. No en pantallas, sino en mensajes. Quien empieza hoy con ScreenWay, sea con un único display transparente en el escaparate o con una red de sucursales conectada, se posiciona para una evolución que apenas está cogiendo velocidad. Y quien siga esperando, pronto mirará a competidores cuyos escaparates hace tiempo que hablan.