

NEWS

Agente en el cristal

Cómo la pantalla que habla y actúa beneficia concretamente a los comerciantes y a sus clientes, y por qué la confianza es el factor decisivo.

22 de junio de 2026, Tobias Engl



Durante quince años, una pantalla en el comercio ha hecho sobre todo una cosa: mostrar lo que alguien había planificado antes. Eso está cambiando de raíz. La pantalla empieza a entender, a responder y a actuar. Pasa de escaparate a interlocutor. Para los comerciantes no es un juguete, sino una palanca tangible sobre ventas, costes y experiencia de cliente. Y para los clientes significa ayuda exactamente cuando se necesita.

QUÉ ES

Del display al interlocutor

El «agente en el cristal» reúne tres cosas: 1. percibe su contexto de forma anónima (cuántas personas están delante, cuánto tiempo, a qué hora del día), 2. responde preguntas en lenguaje natural por voz o tecleando, y 3. genera cada vez más sus contenidos él mismo a partir de datos en vivo... surtido, precios, citas, caminos. Donde tiene sentido, incluso desencadena procesos; anotar una cita, guiar al estante correcto. De un bucle sin fin nace un diálogo.

PERSPECTIVA 1

Desde el punto de vista del comerciante

Se acabó la noria de contenidos. Mantener frescos los contenidos era hasta ahora trabajo permanente. El agente extrae él mismo promociones, precios y disponibilidades y compone con ello mensajes coherentes, sin que nadie toque archivos a diario.

Más relevancia, más conversión. En lugar de un mensaje para todos, el agente muestra el adecuado en el momento justo, según hora del día, existencias y contexto. La interpelación relevante en el lugar de decisión actúa directamente sobre el tique.

Descarga del personal. Las preguntas recurrentes: ¿dónde encuentro...? ¿cuánto cuesta...? ¿cuándo es...? las responde el agente las veinticuatro horas. El equipo gana tiempo para lo que las personas hacen mejor: asesorar y atender.

Por fin una medición sólida. El agente sabe de forma anónima cuántas personas lo han visto y usado, y qué contenidos funcionan. La intuición se convierte en evidencia; la base para mejores decisiones y, donde encaje, para ingresos publicitarios en la propia superficie.

PERSPECTIVA 2

Desde el punto de vista de la clienta y el cliente

Respuesta inmediata, sin app, sin cola. Se pregunta y se obtiene una información clara en el propio idioma: el producto correcto, el camino más corto, la próxima hora libre. Sin descargas, sin esperar en el mostrador.

Personal, pero no invasivo. La ayuda se siente cercana sin que nadie sea reconocido ni medido. El agente reacciona a la pregunta, no al rostro.

Accesible para todos. Letra grande, función de lectura en voz alta, alto contraste y muchos idiomas en un solo aparato hacen la información más accesible que cualquier cartel impreso y cumplen a la vez los requisitos de accesibilidad.

Útil en lugar de publicitario. Como el agente resuelve primero la pregunta, nace confianza, y precisamente esa confianza es la que hace eficaz la recomendación que la acompaña.

EL PUNTO CLAVE

La confianza es el factor decisivo

Cuanto más habla y actúa una pantalla por sí misma, más importante es si se puede confiar en ella. En Europa eso no es un tema secundario. Un agente en el cristal puede ser curioso con la pregunta, pero no con la persona. Se mide de forma anónima y agregada. Contactos visuales y tiempo de permanencia, sin interpretación demográfica ni emocional, como exigen el Reglamento de IA de la UE y el RGPD. Los contenidos generados permanecen trazables y señalizados, los datos se procesan localmente y en la UE. Así, la protección de datos no es un freno, sino un argumento de venta.

¡Justo ahí está la fuerza de ScreenWay! El patrón que sostiene la pantalla que habla —agentes aislados y controlables, procesamiento local, soberanía europea de los datos— ya está previsto en la arquitectura pensada local-first. El agente en el cristal no es un cambio de plataforma, sino el siguiente paso natural.

Bergx2 construye desde 1998 exactamente este fundamento: local-first, conforme al RGPD y, si se desea, on-premises. Vea en una demo gratuita cómo sus superficies se convierten en un interlocutor: screenway.com · vertrieb@screenway.com.

FUENTES

ISE 2026 / invidis – IA agéntica en el CMS, asistentes MCP. – spatialagents – la pantalla como interlocutor que habla, voice-first. – blinksigns – sistemas autónomos. – Nento – contenidos generativos hiperpersonalizados.

Reglamento (UE) 2024/1689 (Reglamento de IA de la UE), art. 5 – restricción del reconocimiento de emociones/categorización biométrica; RGPD – minimización de datos, transparencia, consentimiento.