GAES
una marca amplifon
GAES

LUCÍA GRASA, DIRECTORA DE MARKETING DE GAES

"En los últimos años ha habido una revolución tecnológica en el mercado de los audífonos"

LA MULTINACIONAL, LÍDER EN EL SECTOR DE LA CORRECCIÓN AUDITIVA, HA LANZADO EN OCTUBRE SU PROPIA GAMA DE AUDÍFONOS, LOS AUDÍFONOS AMPLIFON, APARATOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA, ASÍ COMO UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA MEJORAR LA CONECTIVIDAD CON LOS USUARIOS.

En España todavía existe un nivel de adquisición de soluciones auditivas bastante bajo. Esto se debe, según **Lucía Grasa**, *directora de Marketing de GAES*, sobre todo a que es el único mercado de Europa que no tiene unas ayudas gubernamentales fuertes. Por contra, *"la grandísima mayoría de las personas que necesitan audífonos deben pagárselos por sí mismos, de modo que todavía tenemos un nivel de penetración bajo, desafortunadamente".* No obstante, hay otro motivo subyacente que hace que la gente rehuse todavía a ponerse audífonos: el estigma. *"Sigue existiendo la idea de que los audífonos son feos. Con lo cual, la gente siente vergüenza, retrasando el momento de la adquisición",* apunta Grasa.

En los últimos años, sin embargo, la tecnología ha avanzado muchísimo, y hoy en día los audífonos son elementos tecnológicos *"de ultimísima generación",* remarca la experta. *"Son mucho más pequeños de lo que eran en el pasado. Además, hay algunos que van dentro del oído y no se ven absolutamente nada; incluso aquellos que se ven, tienen un impacto visual muy muy bajo",* explica. En suma, *"ha habido una revolución tecnológica".*

Sí que es verdad, revela Grasa, *"que poco a poco va aumentando la adquisición de audífonos por parte de los usuarios, y cada vez vamos reduciendo más esa diferencia que tenemos respecto a otros países".* Pero la realidad es que *"aún nos queda mucho por*

hacer, tanto en la percepción por parte del paciente de cómo son los audífonos, pues cuando entra en nuestros centros y los conocen, descubren que son muy diferentes a lo que pensaban, como en la concienciación sobre la importancia de la audición".

Un problema recurrente en la población mayor de 65 años

Expone la especialista que es normal que con la edad se vaya perdiendo audición; de hecho, incide, *"la pérdida de audición degenerativa se llama presbiacusia, como la presbicia"*. *"La diferencia es que cuando una persona tiene la vista cansada se pone gafas, pero cuando empieza a detectar esa pérdida de audición normal por la edad, se niega a ponerse un audífono, minimizando el problema",* añade, sin tener en cuenta que sobre todo a edades avanzadas, *"la buena salud auditiva es clave para poder mantener una buena agilidad mental".*

Respecto a esos cambios tecnológicos, destaca que el principal es el tamaño de los audífonos. *"Cada vez son más pequeños, no tienen nada que ver con los aparatos que recordamos de nuestros padres o abuelos. Nosotros, por ejemplo, el 30% de los que vendemos son de los que se colocan dentro del canal auditivo y no se ven",* subraya Grasa. Asimismo, *"aproximadamente el 60% de los audífonos que ponemos van detrás del oído, pero son tan pequeños que no se perciben absolutamente nada"*. *"Ya no existen los audífonos grandes, y los que lo son medianamente, solo se utilizan para pérdidas auditivas muy muy elevadas",* apostilla.

El segundo gran cambio es la conectividad, el hecho de que se puedan conectar a todos los dispositivos tecnológicos: *"puedes oír la llamada telefónica directamente en tu oído, manteniendo perfectamente una conversación; también se conecta a la televisión para poder eliminar el sonido ambiente".*

Y a su juicio, hay un tercero, la recargabilidad. *"Hasta hace cinco años los audífonos todavía venían con pilas. Esto para el usuario significaba tener que cambiarlas cada semana, algo muy incómodo"*. Es por eso que la entrada de los productos recargables ha cambiado esa realidad *"de forma brutal".* Apunta que las pilas cada vez son menos importantes en el sector, casi todos los audífonos que se venden ahora son recargables. Por lo tanto, *"el nivel de comodidad es muchísimo más alto".*

El gran inconveniente es que esta tecnología es algo más cara y ha habido una evolución de precio, pero la especialista hace hincapié que *"cuando hablamos de precios en nuestro mercado no tenemos en cuenta solo el producto".* Dicho de otro modo, *"la parte del servicio en la audición es lo más importante, porque un buen profesional puede hacer que el audífono funcione o bien o no"*. Es más, *"cuando una persona compra un audífono inicia un*

> ***"YA NO EXISTEN LOS AUDÍFONOS GRANDES, Y LOS QUE LO SON MEDIANAMENTE, SOLO SE UTILIZAN PARA PÉRDIDAS AUDITIVAS MUY MUY ELEVADAS"***

proceso de adaptación: el audífono se tiene que ir calibrando mediante diferentes visitas hasta encontrar el ajuste perfecto para esa persona, y eso es un proceso muy personalizado". De igual modo, otro efecto colateral es que normalmente *"la vida útil de un audífono puede durar hasta 10 años, pero al ser un mercado en constante evolución, la tecnología se queda obsoleta mucho antes". "Nosotros recomendamos a nuestros clientes que para tener una audición perfecta o lo mejor que le puede ofrecer el mercado, al cabo de unos tres o cuatro años deben plantearse la adquisición de un nuevo audífono, porque el cambio de calidad sonora que van a observar va a ser tan importante que merece la pena renovarlo",* explica.

En cambio, el perfil de los usuarios no supone un problema, pese a que por lo general la pérdida auditiva aparece a partir de los 65 años aproximadamente, y, por tanto, la edad media de los usuarios de audífonos es bastante elevada, se mueve en torno a los 72-73 años. Sí que es verdad, comenta la directora de marketing de GAES, *"que si hace 20 años hubiéramos pensado en que una persona de esa edad manejara un móvil o una app nos hubiera parecido imposible. Sin embargo, ahora mismo, cada vez la están utilizando más dentro de este segmento de consumidores".* De hecho, para la multinacional, es uno de los principales canales de comunicación, marketing e información con los clientes es internet.

Una novedad puntera en GAES

En este sentido, declara que esta tecnología está disponible por parte de todos los fabricantes, porque son evoluciones del mercado. En el caso de GAES, sin embargo, hay una importantísima novedad. *"En el mes de octubre hemos lanzado nuestra propia gama de audífonos. A partir de ahora pasaremos a vender prácticamente en exclusiva los audífonos Amplifon, que son aparatos de última tecnología, de todas las tipologías que hay en el mercado y de todos los niveles de prestaciones".*

Además, *"también hemos lanzado nuestra propia app. Uno de los elementos más recientes que han entrado en el marcado acerca de la conectividad es que los usuarios, a través de una aplicación móvil, pueden tener el control total del audífono, así como acceder a un montón de servicios en remoto".*

Por todo ello, en su opinión, las asignaturas pendientes del sector pasan primero por la concienciación. *"Es inconcebible e intolerable que una persona pase muchos años con una pérdida auditiva sin ponerle solución: de media, en España, calculamos que unos siete años desde el momento en el que perciben que empiezan a perder audición hasta que le ponen remedio".* Son siete años, insiste, *"en los cuales han estado perdiendo calidad de vida de forma brutal". "Y no solo eso, han estado impactando en su calidad cognitiva, en su actividad cerebral. Al final, lo más importante para tener un cerebro activo es oír bien, porque si no, hay partes del cerebro que se van apagando".* Con lo cual, cuando el audífono se pone muy tarde, "*ya esa parte del cerebro se ha acostumbrado a no oír y puede no recuperar la audición".* Por eso, recalca, concienciar es la gran tarea pendiente. *"Si empiezas a oír mal, ponte rápido un audífono, porque en el caso contrario lo único que estás haciendo es acelerar el proceso de degeneración tanto de la audición como de agilidad mental".*

Del mismo modo, concluye, la segunda gran tarea pendiente es eliminar el estigma, la idea de que el audífono es feo y lo van a ver. *"No pasa nada por llevar un audífono; además, se ve poco. Es fantástico, y lo que debería dar vergüenza es no ponérselo".*

GAES lanza OYEAH-LISTEN REPONSIBLY

GAES ha presentado el I Estudio de Audición en Jóvenes Españoles y la iniciativa OYEAH- LISTEN REPONSIBLY que tiene como objetivo llegar a 600 centros de educación secundaria de nuestro país. Los problemas auditivos afectan a la población joven española. Los datos del estudio muestran que un 30% de los jóvenes ha sufrido alguna vez pérdida de audición, un 25% ha tenido pitidos y un 19% reconoce haber tenido diferentes molestias. Solo uno de cada tres reconoce haber ido al médico.

Además de la falta de conocimiento, el estudio demuestra que un 45% de los jóvenes utiliza cascos entre 1 y 5 horas al día y en la mayoría de las ocasiones no limita el volumen en las escuchas. Lo que sí preocupa es la tendencia a futuro porque 7 de cada 10 jóvenes piensan que puede que sus hábitos actuales perjudiquen a su salud auditiva en el futuro.

Por ello, desde GAES se ha puesto en marcha el programa Oyeah, avalado por la SEORL, un proyecto educativo para reivindicar una escucha responsable a través de un recorrido pedagógico, ameno y multidisciplinar que los profesores podrán adaptar al contenido curricular. La previsión es que llegue a más de 600 centros educativos y está pensado para que los alumnos y alumnas de secundaria de todo el país se conviertan en los pioneros de una nueva cultura del sonido. Además de los materiales para trabajar en el aula, los estudiantes podrán participar en una actividad de investigación ciudadana con la app de GAES Listen Responsibly. Se trata de una aplicación para que los usuarios pueden realizar mediciones de los niveles de ruido en sus entornos y crear un mapa interactivo de la ecología acústica de España.