

DANAVOX cumple 80 años innovando en sus productos

[Multimedia](#)

La marca danesa alcanza las ocho décadas de vida lanzando novedosas líneas de negocio. Por ejemplo, el pasado mes de enero presentaba su nueva gama, 'Boreal', con prestaciones mejoradas en cuanto a la inteligibilidad de las conversaciones en entornos ruidosos. De esta forma, DANAVOX sigue fiel a su compromiso en favor de la salud auditiva de los ciudadanos, como hace ocho décadas

DANAVOX afronta un nuevo hito en su luenga existencia. Este 2023 cumple 80 años de vida, permaneciendo, durante todo este tiempo, intacto su compromiso en favor de la salud auditiva de la población. Una circunstancia que se observa en su esfuerzo continuado por innovar en el sector.

DANAVOX se fundó en el año 1943, convirtiéndose en la pionera del desarrollo de audífonos en Dinamarca. La creación de la empresa corrió a cargo de Mr. Gerd Rosenstand, e, inicialmente, fabricaba altavoces y amplificadores. Pero desde ese momento, la innovación de la empresa no ha parado.

Apenas cinco años más tarde, en 1947, DANAVOX produjo los primeros audífonos, gracias al empeño de su Equipo Acústico Electrónico. Este prototipo constaba de unos sencillos amplificadores en miniatura. Y de la mano de este empeño, una década más tarde –en 1957– la compañía inició la proyección internacional, desembarcando en Alemania. Desde entonces, se ha ido expandiendo en diferentes territorios, como Reino Unido, Estados Unidos, Países Bajos, Francia, Brasil, Italia, Bélgica o España.

Dicho crecimiento permitió que DANAVOX se fusionase, en 1977, con el Grupo GN. Una relación que, aún hoy, se mantiene vigente. Hace 23 años, en 2000, GN decidió focalizarse en ReSound y en Beltone, adaptando su estrategia a cada una de estas dos marcas especializadas.

Entre los logros más relevantes de la empresa, se ha de destacar el obtenido en 1998, cuando GN DANAVOX presentó su primer audífono digital. A partir de ese momento, su apuesta por la digitalización se incrementó exponencialmente. Esta progresión permitió que en 1999 se fusionaran GN DANAVOX y ReSound. El nuevo grupo adquirió, a su vez, al fabricante de equipos audiológicos Danplex y se unió a la división Madsen.

En 2012, la empresa relanzó la imagen de marca DANAVOX, actualizando la línea de productos, basándolos en una filosofía centrada en el cliente. Y casi 10

años más tarde, en 2021, se volvió a apostar por la renovación, afectando, una vez más, a la gama de productos. "Se alzó como la primera marca en crear contenidos fundamentados en los profesionales del sector, ofreciendo exclusividad territorial y un paquete de servicios diferenciador", explica Alfonso Ríos, director comercial de GN Hearing, multinacional danesa propietaria de la marca.

"Con DANAVOX nos hemos propuesto hacer algo diferente. Es una marca pensada para poner en valor la experiencia y el conocimiento del profesional de la audición independiente", añade Ríos. Además, y gracias a este esfuerzo, la marca ha propiciado exclusividad geográfica para los audioprotesistas independientes, "favoreciendo la explotación comercial y propiciando una experiencia de compra distinta para los usuarios, con la innovación como elemento esencial", sigue Ríos.

Las innovaciones presentadas este 2023 son una muestra más del compromiso innovador de DANAVOX, ya que su trabajo viene de lejos, desde sus inicios en 1943.

El pasado mes de febrero la marca danesa lanzaba sus novedades de productos. Entre ellas, la que se ha convertido en su siguiente familia auditiva, denominada 'Boreal', con prestaciones mejoradas en cuanto a la inteligibilidad de las conversaciones en entornos ruidosos. Un rasgo que ha supuesto un gran avance con respecto a su hermano menor, 'Alya'. Para ello, se ha incluido un procesador nuevo, que aplica una reducción del sonido mayor en entornos con muchos decibelios.

"'Boreal' ofrece un sonido de mayor calidad y una mejor y más estable conectividad. Pero, sobre todo, presenta una mejora sustancial en la inteligibilidad de las conversaciones en ambientes ruidosos, algo que supone un hito no solo en la marca, sino también en el sector audiológico", resume Manuel Yuste, director de producto y formación de DANAVOX. Sin duda, una magnífica noticia en el marco del 80 aniversario de la marca.

Pero las novedades no finalizan aquí. La gama de ayuda auditiva 'Alya' también ha estrenado sus nuevos modelos de retroauriculares recargables, un nuevo CIC con prestaciones sobresalientes en cuanto a calidad sonora e invisibilidad. "Los nuevos audífonos retroauriculares recargables de 'Alya' son perfectos para aquellos pacientes que no toleran auriculares en su oído. Además, son recargables, aportando con ello facilidad de uso, al permitir olvidarse de las pilas", añade Manuel Yuste.

De igual forma, los nuevos CIC aportan la opción definitiva para aquellos pacientes cuya pretensión es la mejor audición. DANAVOX ha reducido su tamaño al mínimo, pero incluyendo un procesador de última generación que garantiza un sonido natural.

Los novedosos intras de 'Alya', en cambio, se sitúan en el lado opuesto. Son ideales para un público más joven, que no tiene ningún complejo en mostrarlos.

Todo lo contrario. Quiere exhibirlos. Por eso, han sido concebidos como un gadget tecnológico visible, con batería recargable y capaz de interactuar de manera inalámbrica con cualquier móvil o accesorio de conectividad DANAVOX, al tiempo que se corrige la pérdida auditiva del usuario. Pero además, también se han revelado como una ayuda auditiva perfecta para personas con movilidad reducida en las manos, por el hecho de ser recargables y por su extraordinaria facilidad de uso.

"Como organización tenemos la obligación de crear nuevas fórmulas para mejorar la calidad de vida de las personas. Con el lanzamiento de 'Boreal' y la ampliación de gama de 'Alya', avanzamos rápidamente hacia ese objetivo. Dos importantes incorporaciones a la cartera de producto de DANAVOX, que marcan claramente la solidez y consistencia del proyecto en España", afirma José Luis Otero, director general de Grupo GN en España.

La marca, además, aplica una política comercial unificada, con un mismo precio neto para todos los audiólogos DANAVOX, y con una "estrategia disruptiva" en su aplicación al usuario final, incluyendo garantías de hasta cinco años y servicios adicionales, en diferentes tramos y grados de colaboración.
