

Algunos de los clientes más grandes de Meta4 son las entidades chilenas BancoEstado, la empresa de telecomunicaciones Entel y la empresa de bebidas CCU, además de los gobiernos del estado brasileño de Paraná y de la provincia argentina de Córdoba.

Meta4 se fundó en 1991 y pasó a formar parte del grupo francés Adonis en noviembre del 2003.

La compañía cuenta con 900 clientes en todo el mundo, dentro de los cuales figuran 220 en Latinoamérica, y sus soluciones manejan más de 4,5 millones de trabajadores a escala mundial. (Notimex)

Comverse Previó que la Mayoría de Operadores Brasileños Ofrecerán Servicios de Tonos de Espera para 2008

Según el **gerente de marketing para Latinoamérica** del proveedor estadounidense de aplicaciones de telecomunicaciones Comverse, **Marcelo Fernandes**, la mayoría de los operadores brasileños ofrecerán servicio de tonos de espera para 2008.

Los tonos de espera aparecieron en Asia hace 2 años y sustituyen el tono de marcación estándar que escucha quien hace la llamada por sonidos personalizados como música, bromas o mensajes de voz.

Fernandes dijo que "en términos de tendencia, una vez que un operador lo lanza, el resto tiende a lanzarlo y la tendencia en Brasil probablemente será similar a la de Europa, donde el servicio está creciendo rápidamente".

Agregó que **el servicio de tonos de espera se lanzó en Europa hace aproximadamente 1 año y la consultora europea Vision Gain estima que 50% de los operadores lo ofrecerán en 2005 y hasta 90% lo hará en 2008.**

Comverse ya cuenta con una solución de tonos de espera, el tono de marcación personalizado Fun Dial, disponible para el mercado brasileño.

La firma espera que los operadores empiecen a adoptarlo el 2005.

Para lanzar el servicio, los operadores brasileños negocian los aspectos regulatorios con el regulador local de telecomunicaciones, Anatel, que tradicionalmente regula el servicio de tonos de marcación.

Fernandes dijo que "no estamos en contacto directo con Anatel, pero la respuesta que obtenemos de los operadores es positiva".

El servicio de tonos de espera se aloja dentro del sistema central del operador y, por lo tanto, puede trabajar en cualquier línea telefónica, ya sea fija o móvil.

Dado que los operadores controlan el servicio de tonos de marcación, los tonos de espera son además menos vulnerables a la influencia de otras soluciones tecnológicas, como aquellas que permiten a los usuarios adaptar sus unidades telefónicas para bajar archivos MP3, según el ejecutivo.

Comverse divide a los clientes de tonos de espera entre el mercado corporativo, que principalmente lo utiliza como vehículo publicitario, y el mercado del adulto joven, que lo usa más que nada como servicio de entretenimiento.

Es posible que el servicio de tonos de espera tenga más potencial de ingresos que otras formas de personalización de teléfonos como los tonos de repique musicales.