



DELEGATURA DE PROPIEDAD INDUSTRIAL
División de Nuevas Creaciones

SOLICITUD
PATENTE DE INVENCION

21. EXPEDIENTE No. _____

54. TÍTULO _____ APARATO Y METODO PARA EL MANEJO Y SERVICIO DE CUENTAS

_____ BANCARIAS, SUMINSTRO DE PUBLICIDAD Y PUNTOS DE RECOMPENSA

51. CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL _____

71. SOLICITANTE _____ MANUEL MORALES

DOMICILIO _____ SAN JUAN, PUERTO RICO, ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

74. APODERADO _____ LUZ CLEMENCIA DE PAEZ
C.C. 35. e 456.344 de Usaquén

22. BOGOTÁ, D. C., _____

Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

PETITORIO

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

No. 11-178266-00000-0000

Fecha: 2011-12-26 10:53:24
Tra. 11 PATENTEIYII
Act. 411 PRESENTACION

Dep. 2020 DIR.NUEVASCR
Eve: 378 FASENACIONALI
Folios: 50

FORMULARIO UNICO DE SOLICITUD DE PATENTE
PCT
ENTRADA EN FASE NACIONAL

1

SOLICITUD DE:

☒ Patente de Invención.
☒ Capítulo I.

☐ Patente de Modelo de Utilidad.
☐ Capítulo II.

2

SOLICITANTE
(71)

Nombre: MANUEL MORALES
Domiciliado en Puerto Rico, Estados Unidos de América.

Dirección: 221 Plaza Building Suite 403,
221 Ave. Ponce de Leon,
San Juan, Puerto Rico 00917,
Estados Unidos de América

Domicilio: San Juan,
Puerto Rico,
Estados Unidos de América

IDENTIFICACIÓN

C.C. ☐ NIT ☐

C.E. ☐ Otro ☐

Cual _____

Número _____

3

REPRESENTANTE
O APODERADO

Nombre: LUZ CLEMENCIA DE PAEZ
Dirección: Carrera 4ª. No. 72-35
Teléfono: 347 36 11
Fax: 211 86 50
E-mail: clientes@cavelier.com
Domicilio: Bogotá, Colombia.

IDENTIFICACIÓN

C.C. ☒ NIT ☐

C.E. ☐ Otro ☐

Cual _____

Número 35.456.344 T.P 23.555

4

INVENTOR (ES)
(72)

1. Manuel MORALES
221 Plaza Building Suite 403,
221 Ave. Ponce de Leon,
San Juan, Puerto Rico 00917,
Estados Unidos de América

2.

5

PCT (86)
Solicitud Internacional No. PCTUS/2010/036048 Fecha: 25 de mayo de 2010
Publicación Internacional No. WO 2010/138497 A3 Fecha: 02 de diciembre de 2010

6

Título (54)
APARATO Y METODO PARA EL MANEJO Y SERVICIOS DE CUENTAS BANCARIAS, SUMINISTRO DE PUBLICIDAD Y PUNTOS DE RECOMPENSA

7

Clasificación Internacional (51) G06Q 030/000

8

Prioridad

SI ☒ NO ☐

(33) País de Origen
US

(32) Fecha
26 de mayo de 2009

(31) Número de Solicitud
12/471,613

9

Comprobante de pago No.: 11-122592 Fecha: 16 de diciembre de 2011
Comprobante de pago No.: 11-122649 Fecha: 16 de diciembre de 2011

10

Anexos:

- ☒ Comprobante de pago de la tasa de presentación de la solicitud por \$ 571.000.00.
- ☒ Comprobante de pago por 9 reivindicaciones adicionales después de la décima reivindicación por \$243.000.00.
- ☐ Documento que acredita la existencia y representación legal cuando el solicitante sea persona jurídica.
- ☐ Poder, si fuere el caso.
- ☐ Documento de cesión del inventor al solicitante o a su causante.
- ☐ Declaraciones.
- ☐ Copia de la solicitud internacional. (Resumen, descripción, reivindicaciones, dibujos)
- ☒ Copia de la carátula de la Publicación Internacional WO 2010/138497 A3.
- ☒ Traducción de la solicitud internacional al castellano. (Resumen, descripción, reivindicaciones, dibujos)
- ☐ Copia del examen preliminar efectuado por la IPEA.
- ☐ Traducción del examen preliminar efectuado por la IPEA.
- ☐ De ser el caso, copia del contrato de acceso.
- ☐ De ser el caso, documento que acredite la licencia o autorización de uso de conocimientos tradicionales de las comunidades indígenas.
- ☐ De ser el caso, certificado de depósito del material biológico.
- ☒ Arte final 12x12
- ☐ De ser el caso, información sobre otras solicitudes de patente o títulos obtenidos en el extranjero por el mismo titular o su causante, relacionadas parcial o totalmente con la invención de esta solicitud.
- ☒ Otros: VER HOJA DE DOCUMENTOS ANEXOS

11

FIGURA CARACTERÍSTICA

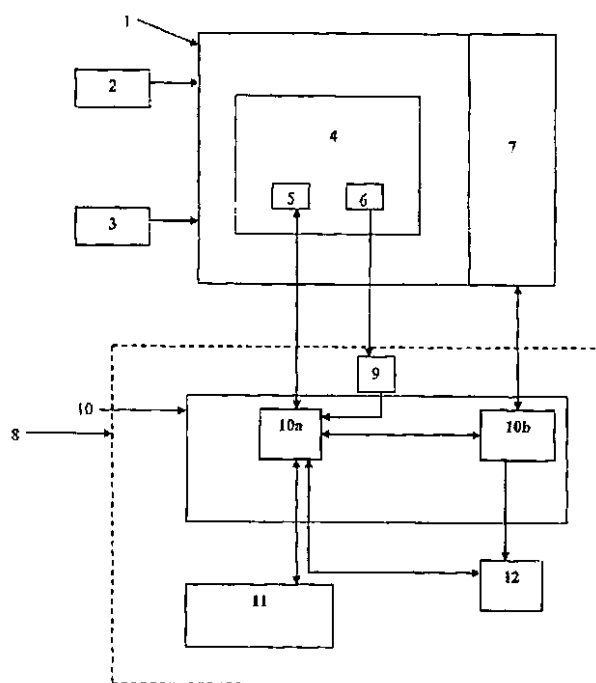


Figura 1

12

Solicito la concesión de la patente,

NOMBRE:

LUZ CLEMENCIA DE PAEZ

FIRMA :

Luz Clemencia de Paez
 C.C. 35.456.344 de Usaquén T.P. 23.555

DOCUMENTOS ANEXOS

1. ☒ Publicación Internacional WO 2010/138497 A3

Descripción:

Páginas 25 en español

Reivindicaciones: Número (19)

Figuras: Número (7)

2. ☒ Forma PCT/ISA/210. Informe de Búsqueda Internacional.

3. ☒ Extracto de publicación.

**NO SE REALIZARON MODIFICACIONES EN LA FASE
INTERNACIONAL**

(12) INTERNATIONAL APPLICATION PUBLISHED UNDER THE PATENT COOPERATION TREATY (PCT)

(19) World Intellectual Property Organization
International Bureau



(43) International Publication Date
2 December 2010 (02.12.2010)

PCT

(10) International Publication Number
WO 2010/138497 A3

(51) International Patent Classification:
G06Q 30/00 (2006.01)

(21) International Application Number:
PCT/US2010/036048

(22) International Filing Date:
25 May 2010 (25.05.2010)

(25) Filing Language: English

(26) Publication Language: English

(30) Priority Data:
12/471,613 26 May 2009 (26.05.2009) US

(72) Inventor; and

(71) Applicant : MANUEL MORALES, Manuel [US/US];
221 Plaza Building Suite 403, 221 Ave. Ponce de Leon,
San Juan, Puerto Rico 00917 (US).

(74) Agent: EUGENIO JAVIER TORRES OYOLA, Eugene;
221 Plaza Building Suite 403, 221 Ave Ponce de
Leon, San Juan, Puerto Rico 00917 (US).

(81) Designated States (unless otherwise indicated, for every kind of national protection available): AE, AG, AL, AM, AO, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BH, BR, BW, BY, BZ, CA, CH, CL, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DO, DZ, EC, EE, EG, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, GT, HN, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KM, KN, KP, KR, KZ, LA, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LY, MA, MD, ME, MG, MK, MN, MW, MX, MY, MZ, NA, NG, NI, NO, NZ, OM, PE, PG, PH, PL, PT, RO, RS, RU, SC, SD, SE, SG, SK, SL, SM, ST, SV, SY, TH, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VC, VN, ZA, ZM, ZW.

(84) Designated States (unless otherwise indicated, for every kind of regional protection available): ARIPO (BW, GH, GM, KE, LR, LS, MW, MZ, NA, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), Eurasian (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), European (AL, AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IS, IT, LT, LU, LV, MC, MK, MT, NL, NO, PL, PT, RO, SE, SI, SK, SM, TR), OAPI (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

[Continued on next page]

(54) Title: APPARATUS AND METHOD FOR MANAGING BANK ACCOUNT SERVICES, ADVERTISEMENT DELIVERY AND REWARD POINTS.

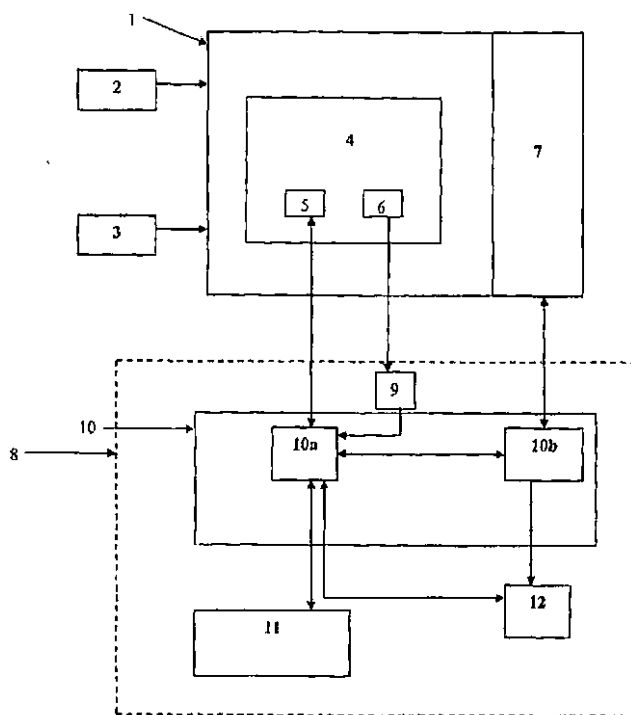


Figure 1

(57) Abstract: A system to securely and effectively control, process and manage financial services, targeted advertisement delivery, multiple account cards and reward points comprising a web portal or financial institution internet banking portal, offering financial services including a secure and effective on-line apparatus and method to manage bank account services, reward points, account cards and advertisement by matching users with advertisers wherein accurate information, such as current personally identifiable financial and transactional information as well as on-line behavioral data, is employed by means to securely process, control and manage financial information located within the premises of the financial institution providing the financial services as one of the criteria for matching advertisers with users.

WO 2010/138497 A3



Published:

(88) Date of publication of the international search report:
27 January 2011

— *with international search report (Art. 21(3))*

APARATO Y MÉTODO PARA EL MANEJO DE SERVICIOS DE CUENTAS
BANCARIAS, SUMINISTRO DE PUBLICIDAD Y PUNTOS DE RECOMPENSA

Declaración con Respecto a la Investigación y Desarrollo
5 Federalmente Patrocinados.

SOLICITUDES RELACIONADAS

Esta solicitud se relaciona a la solicitud
Provisional de Patente de E.U. Serie No. 61/059422 presentada
10 el 6 de julio del 2008.

ANTECEDENTES DE LA INVENCION

Campo de la Invención

La invención se refiere a medios para el manejo de
servicios de cuentas bancarias, suministro de publicidad y
15 puntos de recompensa, y más particularmente a un aparato y
método para el manejo de la información financiera para
propósitos de publicidad, puntos de recompensa y
transacciones de fondos.

Exposición de los Antecedentes

20 Los portales de la Red con frecuencia funcionan
como un punto de acceso a la información en la Red Mundial
(World Wide Web) y proporcionan varios servicios tales como
un buscador, correo electrónico, noticias, cotizaciones,
información, servicios de entretenimiento y varios otros
25 servicios gratuitos que los hacen atractivos a los usuarios.
Los portales presentan información desde diferentes fuentes y
proporcionan un medio de comunicación masiva para
anunciantes.

Los portales de la Red buscan anunciantes para
30 generar ingresos al vender espacios publicitarios ("ads") a
los anunciantes que desean colocar publicidad a través de

toda la red publicitaria de portales de la Red ("Ad Network").

Debido a su naturaleza de intermediario, un portal de la Red monetiza sus servicios al proporcionar la capacidad de adaptar a un consumidor con un ad de un anunciante dado. Comúnmente las redes publicitarias (Ad Networks) del portal de la Red cargan a los anunciantes diferentes cuotas para colocar ads en base a la capacidad de los portales de la Red para dirigirse a audiencias específicas. Desafortunadamente, los portales de la Red no son muy efectivos en adaptar a los consumidores con los anunciantes. Los click-thru-rates (Índice de Clicks) de la industria actuales son de aproximadamente 0.1% que se traducen en 99.9% de desperdicio de publicidad ("Adwaste"). De la misma forma un controlador puede pasar una cartelera en la ruta y nunca percatarse de ello, los usuarios del portal de la Red pueden nunca darse cuenta de los anuncios publicitarios a medida que navegan por las diferentes porciones del portal de la Red. Entre más efectivo es un portal de la Red en adaptar a un consumidor con una publicidad, puede ser más efectivo en hacer cargos a un anunciante para este servicio. Esta clase de adaptación se conoce en la industria como publicidad dirigida.

Todos los principales portales de la Red han adquirido recientemente compañías que han desarrollado tecnologías para dirigirse al consumidor. Estas tecnologías se conocen como de objetivo conductual. El objetivo conductual utiliza la información recolectada de una conducta de navegación en la Red de un individuo, tal como las páginas que ha visitado - conocida como datos de ruta histórica - las búsquedas que ha hecho, los anuncios en donde ha hecho click y los anuncios en donde no ha hecho click a fin de

seleccionar qué anuncios exhibir para un individuo dado. Aunque avanzadas, estas tecnologías no son confiables, ni exactas, intentan reunir información acerca de un consumidor, dado que estas tecnologías dependen de la información reunida
5 de los usuarios únicamente mientras se encuentran en línea.

Las instituciones tales como los bancos, uniones crediticias, empresas de verificación y otras instituciones similares, la mayoría del tiempo poseen información tal como la información financiera. La información financiera se
10 considera una información exacta, de la cual los anunciantes quieren beneficiarse o capitalizarse para su valor en el mundo de la mercadotecnia. Dicha información incluye datos, tales como información personal, hábitos de adquisiciones, incluyendo la preferencia de tiendas, datos de transacciones
15 reales y con qué frecuencia visita el usuario una tienda dada, entre otras cosas. Sin embargo, aún si esta información puede proporcionarse al anunciante bajo reglamentaciones bancarias federales y estatales aplicables, puede ser aún difícil obtener la atención del usuario del
20 portal de la red.

Comúnmente cuando un usuario del Internet tiene acceso a una página de red de una institución financiera y de su cuenta en particular, es más alta la atención que se presta a todas las características de la página de la Red.
25 Sin embargo, las características deficientes, la necesidad de servicios y la falta de beneficios, desalientan a los usuarios de tener acceso a las páginas de la Red de las instituciones financieras. Por ejemplo, un mejor manejo de transferencias de fondos y puntos de recompensa, tal como más
30 opciones en cuanto a la temporización de la efectividad de las transacciones y/u ofertas personalizadas para reembolsar

puntos, puede dar un acceso más atractivo a las cuentas financieras a través de la Red. Los usuarios de alrededor de todo el mundo buscan servicios de transferencia de fondos rápidos, seguros y exactos tales como de persona a persona, 5 persona a institución, pagos, así como otras transacciones monetarias.

La presente invención involucra las etapas de proporcionar un portal de la Red con servicios financieros que comprenden un manejo eficiente de servicios financieros 10 de cuenta, más opciones para reembolsar puntos de recompensa y una forma segura y eficiente para adaptar a los usuarios con los anunciantes en donde se utiliza información exacta, tal como información financiera, como uno de los criterios para adaptar al usuario con la publicidad exhibida.

Además, ninguna de las técnicas existentes proporciona incentivos al usuario. La presente invención proporciona varias opciones de manejo para la distribución y reembolso de puntos de recompensa en lugar de solo adaptar la publicidad con el usuario. La presente invención proporciona 20 un mecanismo que permite que los anunciantes extiendan ofertas especiales a los usuarios que se adaptan a ciertos criterios en base a la información financiera y la conducta de navegación en la red. La combinación de la capacidad de dirigir la publicidad de la institución financiera y el portal de la Red con la dirección al objetivo tradicional da 25 como resultado que los portales de la Red tengan la capacidad de hacer cargos a los anunciantes a una mayor tasa para un mayor nivel de precisión dirigida en sus anuncios.

SUMARIO DE LA INVENCION

La presente invención proporciona un medio para el 30 manejo de servicios de cuentas bancarias, suministro de

publicidad, y puntos de recompensa que comprende un portal de la Red, una institución financiera y medios para el manejo de servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad de manera segura y efectiva.

5 Los medios para el manejo de servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad de manera segura y efectiva comprenden medios para controlar los procesos y evaluar diversos datos que incluyen los datos financieros mientras se proporcionan varias interfaces para la
10 interacción entre el usuario y los servicios financieros. Se proporciona una herramienta administrativa como el medio para controlar los procesos y evaluar los datos que permiten a la institución financiera manejar de manera segura, los servicios de mercadotecnia y financieros. La presente
15 invención proporciona un Programa Administrador Bancario (BM) como la herramienta de administración. El BM mantiene el control sobre la interfaz que maneja diversos servicios tales como, pero sin limitarse a, mecanismos de validación, intercambio de información, y notificación a los usuarios a
20 través del proceso.

 Por lo tanto, un objetivo de la presente invención es proporcionar medios para procesar diferentes criterios y/o información mientras se mantiene control sobre las interfaces utilizadas para la interacción entre los usuarios y los
25 servicios de una institución financiera.

 Otro objetivo es proporcionar medios para reunir y almacenar información en bases de datos, tal como pero sin limitarse a, información financiera y de transacciones y la interacción del usuario con el portal de la Red, en donde
30 dicha información se utiliza como criterios.

 Otro objetivo es proporcionar medios para controlar

el despliegue de publicidad en la página de la Red del usuario en donde se lleva a cabo un análisis y el proceso de adaptación entre las preferencias del usuario y la publicidad en base a la información exacta, tal como la información
5 financiera actual.

Otro objetivo de la presente invención es proporcionar espacios publicitarios personalizados para los usuarios, en donde se presentan ofertas especiales a los clientes en base a sus preferencias según se determinó por
10 ciertos criterios.

Otro objetivo de la presente invención es proporcionar medios para el manejo de los puntos de recompensa en donde dichos medios permitirán al usuario reembolsarse puntos para pagar cuotas de las instituciones
15 financieras y/o pagar por productos ofrecidos de acuerdo con los anuncios dirigidos antes mencionados.

La presente invención también proporciona medios para transferencia de fondos, en donde el pagador o el beneficiario seleccionan de una variedad de cuadros
20 temporales efectivos, cada uno de los cuales requerirá el pago de una diferente cuota por la velocidad dada de cada cuadro temporal.

Aún otro objetivo es proporcionar medios para controlar los fondos de la cuenta y los puntos de recompensa
25 a través de varias cuentas de tarjetas enlazadas a la misma cuenta principal.

BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS DIBUJOS

Los dibujos acompañantes que se incorporan en la presente constituyen parte la especificación e ilustran las
30 modalidades de la invención.

La Figura 1 muestra un diagrama de bloques de la

presente invención en donde el portal de la Red se encuentra fuera de las instalaciones de la institución financiera.

La Figura 2 muestra un diagrama de bloques de la presente invención en donde el portal de la Red se encuentra
5 dentro de las instalaciones de la institución financiera.

La Figura 3 ilustra una interfaz gráfica de usuario de la interfaz de registro.

La Figura 4a ilustra una interfaz gráfica de usuario de la cuenta del usuario.

10 La Figura 4b ilustra una interfaz gráfica de usuario de la interfaz del anunciante.

La Figura 5a muestra tarjetas cargables enlazadas a una cuenta principal.

15 La Figura 5b ilustra una interfaz gráfica de usuario de la interfaz de manejo de las tarjetas cargables.

Las Figuras 6a-6d ilustran una interfaz gráfica de usuario de la interfaz de transferencia de fondos.

La Figura 7 ilustra una interfaz gráfica de usuario de la interfaz de confirmación.

20 DESCRIPCIÓN DE LA MODALIDAD PREFERIDA

La presente invención, como se muestra en las figuras 1 hasta 7 proporciona medios para el manejo de servicios de cuentas bancarias, el suministro de publicidad y puntos de recompensa que comprenden medios para tener acceso
25 de manera remota a la información financiera de una institución financiera que tiene servicios financieros en línea 2, 3, un proveedor de servicios 1, en donde los servicios financieros en línea 4 son al menos uno de los servicios proporcionados por el proveedor de servicios, una
30 institución financiera 8 en control de los servicios financieros en línea 4, medios para permitir a los usuarios

interactuar con la institución financiera 5, medios para navegar en la Red 6, medios para procesar, controlar y manejar información 10 entre los usuarios y la institución financiera 8, varias interfaces 14, 20, 30, 40, 41, 42, en 5 donde al menos el usuario puede adquirir información con respecto al estado de la cuenta y personalizar, restringir o decidir sobre la posesión intercambiable del usuario relacionada con la cuenta del usuario, medios para proporcionar publicidad 7, 13, medios para almacenar 10 información 9, 11, 12 y medios para exhibir publicidad 203 como un elemento o parte de las interfaces de la cuenta del usuario, como se muestra en la figura 4.

La Figura 1 y la Figura 2 describen medios para tener acceso de manera remota a la información financiera de 15 una institución financiera que tiene servicios financieros en línea 2, 3 tales como computadoras, teléfonos móviles o cualquier otro dispositivo capaz de intercambiar información con una institución financiera. El dispositivo se utiliza por un cliente de la institución financiera, tal como pero 20 sin limitarse a, una compañía, una persona o institución la cual selecciona la institución financiera como su proveedor de servicios financieros. El cliente o usuario se caracteriza por ser un receptor y/o remitente de fondos utilizando una computadora o teléfonos móviles 2, 3 para 25 tener acceso de manera remota a la información y servicios financieros.

Un portal de la Red 1 o proveedor de servicios proporciona servicios financieros en línea 4 para clientes o usuarios en donde dichos servicios se controlan y manejan por 30 la institución financiera 8. El servicio financiero en línea puede ser un enlace a la institución financiera en el portal

de la Red controlado por cualquier tercero, como en la figura 1, o parte de la institución financiera 8, como en la figura 2. Los usuarios 2, 3 generan o abren su propia cuenta individual utilizando medios para permitir a los usuarios interactuar con la cuenta financiera, más particularmente con la cuenta del usuario dada. En el presente caso se utiliza una interfaz gráfica de usuario (GUI) 5 como el medio para permitir que los usuarios interactúen con la institución financiera 8. Durante el proceso de registro, una interfaz 14 requiere información confidencial y pertinente (tal como número de cuenta, número de seguridad social y otros parámetros de seguridad) como se ilustra en la figura 3. El usuario puede seleccionar entre registrarse y tener acceso como un cliente o un anunciante. Los medios para controlar el proceso y manejar la información 10 entre los usuarios y la institución financiera 8 almacenan la información en una base de datos financiera 12.

Se utiliza una herramienta administrativa, tal como el Programa Administrador Bancario como el medio para controlar los procesos y manejar la información. El Programa Administrador Bancario o BM 10 se divide en dos partes principales - el Administrador de Información Bancaria (BIM) y el Administrador de Publicidad Bancaria (BAM), en donde el propósito principal es administrar los servicios de seguridad, mercadotecnia y financieros. Básicamente el BM controla a través de las interfaces al administrar varios servicios tales como los mecanismos para validar, almacenar e intercambiar información. El BM también notifica a los usuarios a través de todo el proceso. Como parte del proceso de control y como se mencionó antes el BM interactúa con la base de datos 11 de la institución financiera a fin de

verificar y almacenar la información del usuario. Las bases de datos se ubican y operan dentro de las instalaciones de la institución financiera.

Es importante notar que, como se mencionó antes, el portal de la Red 1 puede enlazarse a una institución financiera a fin de proporcionar servicios financieros 4, proporcionando el acceso o funcionamiento como un sistema de entrada para la institución financiera 8, en donde dicho portal de la Red 1 se maneja por una institución financiera externa o cualquier tercero como se muestra en la figura 1. La modalidad anterior funciona como una marca privada en donde la marca comercial del portal de la Red 1 se adopta para identificar los servicios financieros, pero el permiso legal, el servidor y los sistemas son los de la institución financiera 8 que ofrecen la solución de marca privada en el portal de la Red. Una de las ventajas de registrarse desde un portal de la Red administrado por un tercero, es que el mismo nombre de usuario u otra identificación y contraseña utilizados para tener acceso a la institución financiera en línea, también pueden utilizarse para tener acceso simultáneamente a los servicios del portal de la Red 1 del tercero (y viceversa) tal como pero sin limitarse a cuentas de correo electrónico, calendarios, noticias y cualquier otro servicio no financiero proporcionado generalmente por dicho portal de la Red 1. Otra modalidad es un portal de la Red que es parte de la institución financiera 8 por sí misma, que proporciona los servicios financieros en línea 4 como se muestra en la figura 2.

Además, después del proceso de registro, si los usuarios desean tener acceso a sus cuentas individuales a través del portal de la Red 1, se les requiere proporcionar

cierta información de acceso tal como un nombre y/o contraseña y/o certificado digital de usuario para mantener una conexión segura con la institución financiera a través del sistema de comunicaciones.

5 Después que se otorga el acceso a la cuenta del usuario, se presenta otra GUI al usuario. La nueva interfaz es la interfaz 20 de la cuenta del usuario que comprende un espacio para exhibir la información 202 de la cuenta del usuario, el espacio publicitario 203 y la oferta de diversos
10 servicios financieros 201, tal como pero sin limitarse a, pagos, transferencia de fondos y otros. Mientras se adquiere información con respecto a la cuenta del usuario, el BM, más particularmente el BIM, presenta diversos espacios publicitarios 203 en el espacio proporcionado sobre la página
15 Red o GUI 20. El BIM va a través de un proceso de selección para adaptar la información almacenada del usuario con los espacios publicitarios de los anunciantes. El proceso de selección se basa en el análisis de ciertos criterios tales como la información almacenada en las instalaciones de la
20 institución bancaria, en lugar de ser una selección aleatoria. El proceso se llama comúnmente proceso de adaptación de criterios. El proceso de adaptación de criterios solicita los criterios de la base de datos 11 de la institución financiera para iniciar la evaluación y
25 adaptación. Por ejemplo, la información financiera utilizada puede ser un balance promedio de la cuenta, dirección del domicilio, adquisiciones recientes, almacenes visitados en los últimos treinta días, visitas recientes a un restaurante particular y otros. El parámetro de criterio puede variar
30 dependiendo de la institución financiera. El BIM puede utilizar otra información como parte del proceso de

adaptación de criterios. Por ejemplo, información tal como la conducta de navegación en la Red obtenida de los medios para navegar en la Red 6, se combina con la información financiera. La conducta de navegación en la Red se almacena y adquiere de la base de datos diversos 9, que se ubica dentro de las instalaciones de la institución financiera 8.

Pueden implementarse varias formas para llevar a cabo el análisis de los datos almacenados a fin de adaptar a un usuario con una publicidad. En el presente caso el Administrador de la Información Bancaria (BIM) tiene acceso a la base de datos 11 de la institución financiera y/o la base de datos diversos 9 que contiene de manera segura la información financiera privada, confidencial y personal de los clientes, tal como la información de identificación personal, nombres, fechas, transacciones financieras y comerciales, información de contacto, edad y género, correos electrónicos, números de cuenta, números telefónicos, números de tarjetas de crédito y débito, direcciones, noticias consultadas, búsquedas y otra información similar. Cada cliente en la base de datos financiera 11 y la base de datos diversos 9 se identifica a través de un número de identificación de cliente (CIN). Ninguna información financiera y/o de cliente nunca sale de la base de datos financiera del cliente, por lo tanto, ninguna información personal identificable se describe a terceros no afiliados incluyendo el portal de la Red y el anunciante.

Al finalizar el proceso de adaptación de criterios, se hace la selección e inicia el espacio para la colocación de la publicidad para la GUI 20 de la cuenta del usuario. En este momento, el BIM 10a solicita del Administrador de Publicidad Bancaria (BAM) 10b los espacios publicitarios que

se adaptan a ciertos criterios.

Como se mencionó antes, el BAM controla la adquisición y manejo de los espacios publicitarios. Durante la adquisición de los espacios publicitarios desde una base de datos 7, 13 de publicidad externa, el BAM almacena la información en una base de datos 12 de publicidad interna o financiera antes que la publicidad adquirida interactúe con el BIM 10a. El BAM puede adquirir espacios publicitarios por diferentes métodos tales como, pero sin limitarse a, desde una red 7 de publicidad o directamente del anunciante 13. El BAM 10b proporciona una interfaz de anunciante 204 a fin de adquirir información del anunciante, tal como la publicidad y las preferencia deseadas de los criterios dirigidos al cliente (por ejemplo, edad, domicilio, balance promedio, adquisiciones recientes) directamente del anunciante 13. La interfaz del anunciante 204, como se ilustra en la figura 4b, comprende al menos medios para cargar la publicidad 206, la identificación del anunciante 207, la selección de criterios 205 y el método de pago 208. La selección de criterios ayuda al anunciante 13 a seleccionar su audiencia propuesta o a cualquiera que el anunciante desee que vea su publicidad en la página de la Red. Se proporcionan diferentes métodos de pago, tales como licitación y otros mediante la interfaz del anunciante 204.

La base de datos de espacios publicitarios 12 contiene todo el contenido de medios que puede transmitirse al usuario. La base de datos de publicidad financiera 12 puede implementarse y existir; (i) dentro de todo el sistema de la institución financiera (por ejemplo, la base de datos de publicidad y su contenido existen dentro de la misma computadora o en el interior o dentro del mismo grupo de

computadoras como la base de datos financiera del cliente);
(ii) separada de la base de datos financiera 11, pero aún
dentro del control o bajo el sistema computarizado de la
institución financiera o como una conexión al sistema
5 computarizado de la institución financiera. Cada pieza del
contenido de publicidad en la base de datos de los espacios
publicitarios tiene un número de identificación de publicidad
(AIN). Parte del número que comprende un AIN específico puede
ser información descriptiva codificada de la publicidad (por
10 ejemplo, los AINs pueden ser de 32 bits de longitud, y los
AINs que comienzan con '000' son imágenes, los AINs que
comienzan con '010' son música, los AINs que comienzan con
'100' son no adecuados para menores, etc.). La base de datos
de espacios publicitarios crea una lista de AIN, en donde la
15 lista contiene todos los AINs que apuntan al contenido de la
base de datos de publicidad.

El BIM 10a asocia un CIN particular con una
publicidad o espacios publicitarios particulares o un AIN o
AINs particulares. Dependiendo de la modalidad, si la base de
20 datos de publicidad se implementa para funcionar a través de
las modalidades (i) o (ii) como se describió anteriormente,
en la modalidad preferida el BIM computarizado de la
institución financiera recoge los espacios publicitarios
directamente de la base de datos de publicidad 12 en base a
25 los AINs del BAM 10a. La institución financiera, a través del
BIM y utilizando las bases de datos 9, 11, 12 de la
institución financiera 8, suministra y/o coloca la publicidad
en la cuenta 20 del usuario de la GUI. Es importante
mencionar que aún cuando los espacios publicitarios objetivo
30 se colocan en la interfaz 20 de la cuenta del usuario, pueden
exhibirse en cualquier momento en cualquier interfaz

proporcionada por el portal de la Red y no se limitan a solamente exhibirse cuando el usuario utiliza los servicios financieros. En consecuencia, el BM siempre selecciona la publicidad o espacios publicitarios para exhibirlos al cliente por medio del BIM y el BAM. En esta modalidad, la institución financiera no envía información financiera o personal a ninguna red externa de la base de datos de espacios publicitarios sino que en su lugar envía solamente una solicitud de publicidad utilizando los AINs. El cliente recibe los espacios publicitarios seleccionados por la institución financiera a través de la implementación de la institución financiera de un método para colocar espacios publicitarios en un portal de la Red.

El medio para adquirir espacios publicitarios, como se mencionó anteriormente, incluye una interfaz para el anunciante (que puede ser un distribuidor, comercializador o vendedor) para cargar los espacios publicitarios y colocarlos en la base de datos de espacios publicitarios. Este también crea y/o define un segmento de mercado que se correlaciona con la audiencia pretendida por el anunciante o con cualquiera que el anunciante desea que vea su publicidad en la página de la Red. Un segmento de mercado objetivo es un grupo de clientes o entidades que pueden identificarse como un grupo a través de la selección de uno o más criterios en base a los diferentes tipos de información contenida dentro de la base de datos del cliente de la institución financiera. Tal segmento de mercado objetivo o las condiciones para elegir tal segmento de mercado se proporcionan a la institución financiera a través del sistema de comunicaciones o a través de cualquier otro medio. La institución financiera puede: (a) aplicar CINS de clientes

que caen dentro del segmento de mercado objetivo a los AINs que corresponden a dicho segmento de mercado; (b) adaptar los perfiles de clientes dentro de la base de datos 12 del cliente de la institución financiera que caen dentro del

5 segmento de mercado objetivo a los AINs correspondientes; (c) adaptar los perfiles de clientes dentro de la base de datos 12 del cliente de la institución financiera que caen dentro del segmento de mercado objetivo directamente a los espacios publicitarios que residen en el sistema computarizado de la

10 institución financiera; y/o (d) utilizar medios similares a los previamente descritos, o una combinación de tales medios bajo la misma implementación. No obstante, el anunciante y/o los terceros pueden conocer las posibles variables y/o criterios utilizados para la adaptación de la base de datos

15 12 de la institución financiera, tales como balances de cuentas, domicilios, preferencias en alimentos, automóviles o ropa. Sin embargo, esta información no es de algún cliente financiero particular, sino más los criterios generales utilizados para facilitar la adaptación de la publicidad del

20 anunciante con uno o más usuarios que cumplen con los criterios seleccionados. Por ejemplo, un anunciante asigna a un segmento de mercado objetivo, los espacios publicitarios específico que se encuentran en la base de datos de los espacios publicitarios. Después de colocar los criterios para

25 un segmento de mercado, el anunciante puede recibir información general del grupo de clientes, tal como la cantidad de personas que se equiparan con el segmento de mercado, el tiempo promedio que tomará para que un cierto número de clientes observen los espacios publicitarios y

30 tipos similares de métricas, pero todo sin revelar a dicho anunciante ni a un tercero no afiliado (UTP) la información

personal identificable no pública (NPPII) de los clientes de la institución financiera. Tal conducta de la revelación de NPPII a un UTP puede violar las leyes y normas bancarias federales y estatales. Además ya que los anunciantes conocen
5 ciertos criterios del segmento de mercado objetivo, pueden proporcionar ofertas especiales como incentivos o la posibilidad de rembolsar puntos de recompensa para el producto o servicio del anunciante. El uso de incentivos y puntos de recompensa hacen al producto del anunciante más
10 deseable, incrementando así potencialmente la probabilidad de que el usuario haga clic en la publicidad o adquiera el producto ofrecido. Las ofertas pueden limitarse por tiempo, un número máximo de ofertas o cualquier otra limitación.

Como se mencionó anteriormente, el anunciante 13, o un
15 tercero a nombre del anunciante, puede crear y cargar contenido (tal como imágenes, música, grabaciones de sonido, vídeo, o cualquier otro medio) para utilizarse como una publicidad (o un componente de una publicidad) para colocarlo en la base de datos de publicidad y asignarle un AIN. El BAM
20 decide a cuál publicidad o contenido se le permite entrar a la base de datos de publicidad 12 sirviendo como un filtro de publicidad, en donde la publicidad o contenido que va a verificarse espera varias verificaciones, tales como detección de virus, control de calidad (tal como tamaño y
25 formato), detección de espionaje y programa malintencionado, verificación de contenido subjetivo (por ejemplo, verificar que un competidor de la institución financiera no se anuncie a través del sistema, o pornografía no deseada), o cualquier otro tipo de verificaciones. Estas verificaciones pueden
30 completarse varias veces antes de llegar a la base de datos de publicidad 12 en cualquier punto, pero en cualquier caso

el BAM es capaz de evitar que se introduzca a los sistemas descritos en la presente publicidad o contenidos corruptos, inapropiados, o infestados de virus.

La invención comprende además varios servicios financieros 201 mejorados proporcionados en la cuenta de usuario de la GUI. Algunos de los servicios son de PFM (manejo financiero personal), transferencia de fondos que incluye pagos p2p (persona a persona), pagos p2c (persona a comercio) y alertas por correo electrónico personalizables.

El manejo financiero personal como se muestra en la figura 5a, incluye enlazar varias tarjetas de cuenta 301 a 304 a una cuenta principal 30a. La presente invención proporciona el uso de varias tarjetas en donde cada tarjeta comprende un número de identificación o subcuenta a fin de distinguir una de la otra. Las transacciones con cada tarjeta particular se almacenan como tarjetas separadas pero relacionadas a la cuenta principal. Cada tarjeta tiene su propósito y puede corresponder a un producto diferente dentro de la institución financiera. Como se muestra en la Figura 5b, se proporciona una GUI para el manejo de tarjeta cargable 30. El usuario de la cuenta puede transferir en tiempo real cualquier posesión intercambiable del usuario relacionada con la cuenta del usuario tal como fondos y puntos de recompensa de una cuenta a otra. La GUI para el manejo de tarjeta cargable 30 muestra al menos los fondos y puntos de recompensa 30b de la cuenta principal y varias casillas de entrada 301a a 304a relacionadas con cada tarjeta particular. El usuario controla la distribución de los fondos asociados con cada tarjeta sin exceder los límites de la cuenta principal. También el usuario controla los puntos de recompensa al asignar puntos a cada cuenta. El manejo de

puntos proporciona al usuario la opción de enlazar tarjetas para utilizar los puntos y redimir puntos de recompensa para precios en base a las preferencias de cada usuario de tarjeta. Por ejemplo, si una tarjeta 303, se designa para el empleado de servicios de limpieza del usuario y se presenta al usuario una publicidad para equipo de limpieza doméstica que puede adquirirse a través del reembolso de puntos, el usuario puede asignar los puntos al usuario de la tarjeta del empleado de servicios de limpieza, a fin de redimir los puntos para el equipo de limpieza doméstica. Los regalos reembolsables también, o solamente si se desea, pueden obtenerse en una tienda física. Después de efectuar una asignación de puntos a una o más tarjetas de débito, el usuario acepta 305 tal asignación y el BIM transfiere los fondos y los puntos de recompensa correspondientes. Cuando se completa la transacción, el BIM crea una alerta y la envía al usuario. Utilizando la GUI 30 de manejo de tarjeta cargable, los usuarios serán capaces de transferir fondos o puntos de recompensa a cada tarjeta cargable directamente desde la cuenta bancaria principal en tiempo real para completar pagos y/o adquisiciones en línea y/o fuera de línea.

El manejo financiero personal también proporciona medios para transferencias de fondos en donde el usuario (pagador o beneficiario) puede seleccionar de una variedad de cuadros temporales posibles para la efectividad de cada cuota de transacción correspondiente. Por ejemplo, el usuario puede pagar una cuota de 25 dólares por una transacción de fondos en un cuadro temporal del mismo día o una cuota de 15 dólares por una transacción de fondos de un cuadro temporal de 3 días. Otra opción de pago de cuotas puede ser un

porcentaje de la cantidad que va a transferirse. Por ejemplo, el usuario paga una cuota del 10% de la cantidad que va a transferir por una transacción de fondos en un cuadro temporal del mismo día o una cuota del 5% por una transacción en un cuadro temporal de 3 días. También, a diferencia de las cuotas de transacción convencionales, el sistema puede permitir ya sea al pagador o al beneficiario satisfacer las cuotas fijas para una transacción de transferencia dada.

Antes de llevar a cabo cualquier transferencia de fondos, el usuario de la cuenta tiene que proporcionar la información referente a la(s) cuenta(s) de destino a fin de enlazar la cuenta del usuario con cualquier cuenta dentro o fuera de la institución financiera. Para las cuentas fuera de la institución financiera se lleva a cabo un proceso más riguroso para propósitos de seguridad y pueden fijarse mayores cuotas para las transacciones. Después de enlazar las cuentas, el usuario es capaz de transferir fondos desde la cuenta corriente del usuario a cualquier otra cuenta dentro o fuera de la institución financiera. Se proporciona una interfaz para el proceso de transferencia de fondos del usuario como parte de los servicios bancarios. La interfaz de transferencia de fondos requiere información del usuario, tal como la cantidad que va a transferirse, el número de cuenta y cuándo estarán disponibles los fondos transferidos.

Las Figuras 6a a 6c muestran los medios para transferir fondos dentro del banco, en donde se proporciona una GUI para transferencia de fondos a fin de transferir fondos entre cuentas enlazadas a la cuenta del usuario. Como se mencionó anteriormente, las cuentas internas y externas enlazadas a la cuenta del usuario se proporcionan por el usuario y se aprueban por la institución financiera después

del proceso de seguridad. La GUI para transferencia de fondos 40 comprende visualizaciones tales como la casilla de fondos disponibles 400, la casilla de puntos de recompensa 401, las casillas de selección de cuenta 402, 403, la casilla de entrada de la cantidad a transferir 404, la casilla de selección de temporización para la efectividad de la transferencia 405, la casilla de tipo de pago de cuota 406, la casilla de visualización de cuota 407 y una casilla de visualización de la cantidad total deducida 408. Además, el servicio de transferencia de fondos también se combina con el programa de recompensas, de tal manera que el usuario puede seleccionar el reembolso de puntos de recompensa por el servicio de transacción, en lugar de deducir dinero de la cuenta del usuario.

Durante el proceso de transferencia de fondos la GUI para transferencia de fondos 40 exhibe la cantidad de fondos disponibles 400 utilizable y la cantidad total de los puntos de recompensa 401. La información exhibida en la casilla de fondos disponibles y la cantidad total de puntos de recompensa se relacionan con la cuenta de la cual se deducen los fondos. La selección de la cuenta se lleva a cabo en la casilla de selección de cuenta 402, en donde se proporciona un menú de cuentas disponibles para su selección por el usuario. Tan pronto como se realiza la selección de cuenta a través de las casillas 402 apropiadas, los fondos disponibles y los puntos de recompensa para la cuenta seleccionada se modifican en estado de tiempo real para reflejar la deducción correspondiente. Adicionalmente, el usuario selecciona la cuenta 403 a la cual van a transferirse los fondos. Cada cuenta tiene su propia restricción; por lo tanto, la temporización de la transferencia y la cantidad de

fondos transferidos variará dependiendo de la selección. Sin embargo, el BIM 10a detrás de la interfaz de transferencia 40 controla la opción presentada al usuario, en donde dicha opción se limita a las selecciones de la cuenta.

5 Después de la selección de la cuenta, el usuario introduce los fondos en la casilla de entrada de cantidad 403 para transferir una cantidad de fondos que no exceda la cantidad de fondos disponibles 400. Después, el usuario selecciona la temporización de la efectividad de la
10 transferencia que se condiciona por la selección de cuenta 403. La temporización 405 proporcionada por medio de la interfaz, varía desde transacciones en tiempo real hasta varios días, sin embargo algunas opciones específicas pueden calcularse por el BIM 10a y desplegarse por medio de la
15 interfaz de transferencia 40. Dependiendo de la selección de temporización, se genera una cuota de transacción y se exhibe en la casilla de cuota 407. La presente invención también ofrece, como parte de la selección del usuario, la oportunidad de reembolsar los puntos para el servicio de
20 transacción, proporcionando así la opción de pagar el costo total de la transferencia utilizando puntos de recompensa, seleccionando así "sin cargo" como la opción de cuota.

Si el usuario selecciona una cuota regular el BIM calcula una cuota fija o un porcentaje de la cantidad a
25 transferirse en base a varios criterios tales como la selección de cuenta, el tiempo y la cantidad de fondos a transferirse. Por otra parte, si el usuario opta por reembolsar puntos, la cantidad de puntos necesaria para la transacción se genera en base a varios criterios tales como
30 la selección de cuenta, la temporización y la cantidad de fondos a transferirse. La cantidad total que va a deducirse

de la cuenta se presenta en la casilla de visualización de cuota 407, en donde dicha cantidad es el resultado de las selecciones del usuario. Las opciones de transferencia de fondos incluyen, pero no se limitan a pagos, transacción p2p, 5 transacciones p2c y otras transacciones de transferencia de fondos.

La siguiente etapa para la ejecución del servicio es indicar al BIM 10a que procese la transacción. Comúnmente, esto se lleva a cabo cuando el usuario selecciona 10 dicha instrucción en la interfaz 40. La presente invención contiene un botón 409 para iniciar la ejecución del servicio. El BIM 10a evalúa la información y verifica si el usuario puede realizar la transacción. Como se mencionó anteriormente, cada vez que la información se cambia o que se 15 completa una transacción, se genera una notificación y se envía al usuario. Se incluyen varios tipos de notificaciones, tales como mensajes electrónicos, cartas, llamadas y otras. Simultáneamente, una interfaz 41 proporciona la información de confirmación de la transacción 20 combinada con la cantidad de los fondos transferidos 410 y los puntos disponibles 411 en la cuenta seleccionada y una publicidad 412 como se muestra en la Figura 7. La notificación exhibe una publicidad que también se selecciona por medio del BIM mediante el proceso de adaptación de 25 criterios.

Para transacciones de fondos externas, tales como pagos a proveedores, la institución financiera genera y envía una alerta al beneficiario. El beneficiario puede enlazarse a la institución financiera a través de esa alerta a fin de 30 editar cuándo recibir el pago. Cuando el beneficiario tiene acceso al enlace, la institución financiera presenta, como se

muestra en la Figura 6d, una interfaz 42 controlada por el BM que comprende un número de identificación del beneficiario 421, un número de identificación del pagador 422, una cantidad 423, la temporización de la selección de la transferencia/pago 424, la cuota 425, la cantidad a transferirse 426, el enlace para convertirse en cliente 427 y el medio para permitir la transferencia 428. Similar a la transacción de fondos interna el BM calcula la cuota. Se proporciona un enlace para convertirse en cliente de la institución financiera a fin de reducir la cuota. Cuando el beneficiario permite la transferencia se genera una alerta.

Aunque la invención se ha descrito teniendo un diseño preferido, sin embargo se entiende que muchos cambios, modificaciones, variaciones y otros usos y aplicaciones de la invención, serán aparentes para los expertos en la técnica sin apartarse materialmente de las nuevas enseñanzas y ventajas de esta invención después de considerar esta especificación conjuntamente con los dibujos anexos. Por consiguiente, todos tales cambios, modificaciones, variaciones y otros usos y aplicaciones que no se aparten del espíritu y alcance de la invención se consideran cubiertos por esta invención como se define en las siguientes reivindicaciones y sus equivalentes legales. Las reivindicaciones, cláusulas de medio más función, si existen, pretenden cubrir las estructuras descritas en la presente llevando a cabo la función citada y no solamente los equivalentes estructurales sino también las estructuras equivalentes.

Todas las patentes, solicitudes de patente y publicaciones citadas en la presente y en la Declaración anexa a la misma, si existen, se incorporan en la presente

mediante la referencia como si se establecieran en la presente en su totalidad. Todos o sustancialmente todos los componentes descritos en tales patentes pueden utilizarse en las modalidades de la presente invención así como sus
5 equivalentes. Los detalles en las patentes, solicitudes de patente, y publicaciones incorporadas en la presente mediante la referencia, pueden considerarse incorporables a opción del solicitante, en las reivindicaciones durante la prosecución como limitaciones adicionales en las reivindicaciones para
10 distinguir de manera patentable cualquier reivindicación enmendada de cualquier técnica anterior aplicada.

REIVINDICACIONES

1. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad, que comprende:

5 (i) un proveedor de servicios que tiene medios para navegar en la Red, en donde dicho proveedor de servicios ofrece al menos servicios financieros en línea;

(ii) una institución financiera, en donde dicha institución financiera se encuentra en control de los
10 servicios financieros en línea y en donde dicho proveedor de servicios funciona como un sistema de entrada de la institución financiera;

(iii) medios para tener acceso de manera remota a la información financiera de la institución financiera que
15 comprenden medios para manejar de manera segura dicha información financiera, en donde dichos medios para tener acceso de manera remota a la información financiera también se utilizan para tener acceso a los servicios financieros en línea

(iv) medios para almacenar la información y los
20 criterios específicos del usuario, comprendiendo dicha información específica del usuario la información financiera, espacios publicitarios de fuentes externas o anunciantes y al menos parte de cualquier información navegada a través de los
25 medios del proveedor de servicios para navegar en la Red;

(v) medios para permitir a los usuarios del sistema interactuar con los servicios financieros en línea que comprende un medio para controlar el tiempo de transacción de una actividad financiera y al menos un medio
30 que proporciona la interfaz para exhibir publicidades, un pluralidad de servicios financieros y dicha información

financiera, en donde dichos medios permiten a los usuarios del sistema interactuar con los servicios financieros en línea comprendiendo además al menos una interfaz para enlazar una pluralidad de cuentas a una cuenta principal y al menos una interfaz para manejar y controlar una posesión intercambiable de cuentas, en donde dicha posesión intercambiable de cuentas comprenden fondos y puntos de recompensa; y

(vi) medios para procesar, controlar y manejar dicha información financiera entre los usuarios, el sistema y la institución financiera, en donde dichos medios para procesar, controlar y manejar dicha información financiera analizan la información financiera y en base a los criterios almacenados en dichos medios almacena la información y criterios específicos del usuario, adapta los espacios publicitarios con la información analizada, adquiere espacios publicitarios de dichos medios para almacenar la información específica del usuario, coloca espacios publicitarios adaptados en cualquiera de la pluralidad de las interfaces proporcionadas por el proveedor de servicios, en donde dichos medios para procesar, controlar y manejar la información entre los usuarios y la institución financiera controlan procesan y manejan dichos medios para permitir a los usuarios interactuar con los servicios financieros en línea, en donde dichos medios para procesar, controlar y manejar la información entre los usuarios y la institución financiera generan una alerta después que se completa un servicio financiero, en donde dicha alerta comprende al menos una publicidad seleccionada del análisis de la información y criterios específicos del usuario.

2. Un sistema para manejar de manera segura y

efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad que comprende:

- 5 (i) un proveedor de servicios, en donde dicho proveedor de servicios ofrece al menos servicios financieros en línea;
- (ii) una institución financiera, en donde dicha institución financiera se encuentra en control de los servicios financieros en línea;
- 10 (iii) medios para tener acceso de manera remota a la información financiera de la institución financiera;
- (iv) medios para procesar, controlar y manejar la información entre los usuarios del sistema y la institución financiera;
- 15 (v) medios para permitir a los usuarios del sistema interactuar con los servicios financieros en línea; y
- (vi) medios para almacenar información, en donde dicha información almacenada incluye al menos información financiera e información del anunciante.

3. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 2, en donde el proveedor de servicios funciona como un sistema de entrada para la institución financiera.

4. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 2, en donde el proveedor de servicios se administra por un tercero como el sistema de entrada para la institución financiera, en donde los medios para tener acceso a los servicios de la institución financiera se utilizan también para tener acceso a los servicios del proveedor de servicios.

5. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 4, en donde los medios para tener acceso a los servicios en línea comprenden un
5 medio para manejar información confidencial.

6. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 2, en donde dicha información incluye al menos información financiera e
10 información del anunciante.

7. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 2, en donde dichos medios para procesar, controlar y manejar información entre
15 los usuarios y la institución financiera adquiere espacios publicitarios de una fuente externa y almacena los espacios publicitarios en los medios para almacenar información.

8. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 2, en donde dichos
20 medios para procesar, controlar y manejar información entre los usuarios y la institución financiera analizan la información del usuario almacenada en los medios para almacenar información, en donde dicha información de usuario
25 incluye al menos la información financiera.

9. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 8, en donde dichos
30 medios para procesar, controlar y manejar información entre los usuarios y la institución financiera adapta los espacios publicitarios con la información analizada en base a ciertos

criterios.

10. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 9, en donde dichos
5 medios para procesar, controlar y manejar información entre los usuarios y la institución financiera colocan los espacios publicitarios adaptados en cualquier interfaz proporcionada por el proveedor de servicios.

11. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 2, en donde dichos
10 medios para procesar, controlar y manejar información entre los usuarios y la institución financiera controlan, procesan y manejan dichos medios para permitir a los usuarios
15 interactuar con el servicio financiero.

12. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 11, en donde dichos
medios para permitir a los usuarios interactuar con el
20 servicio financiero comprenden al menos una interfaz que proporciona los medios para exhibir publicidad, diversos servicios financieros e información financiera del usuario.

13. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 11, en donde dichos
25 medios para permitir a los usuarios interactuar con el servicio financiero comprenden al menos una interfaz para procesar, manejar y controlar la información del anunciante.

14. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 11, en donde dichos
30

medios para permitir a los usuarios interactuar con el servicio financiero comprenden al menos una interfaz para enlazar diversas cuentas con una cuenta principal.

5 15. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 11, en donde dichos medios para permitir a los usuarios interactuar con el servicio financiero comprenden al menos una interfaz para manejar y controlar una posesión intercambiable de cuentas.

10 16. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 15, en donde dicha posesión intercambiable de cuentas comprende fondos y puntos de recompensa.

15 17. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 11, en donde dichos medios para permitir a los usuarios interactuar con el servicio financiero comprenden al menos medios para controlar
20 el tiempo de transacción de una actividad financiera.

18. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 2, en donde dichos medios para procesar, controlar y manejar información entre
25 los usuarios y la institución financiera generan una alerta para el usuario después que se completa un servicio financiero, en donde dicha alerta comprende al menos una publicidad seleccionada del análisis de ciertos criterios.

30 19. Un sistema para manejar de manera segura y efectiva servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa y publicidad como en la reivindicación 2, en donde dicho

proveedor de servicios comprende medios para navegar en la Red, en donde una parte de la información navegada en la Red se almacena en los medios para almacenar información.

RESUMEN

Un sistema para controlar, procesar y manejar de manera segura y efectiva servicios financieros, el suministro de publicidad dirigida, múltiples tarjetas de cuentas y puntos de recompensa que comprende un portal de la Red o un portal bancario de Internet de institución financiera, que ofrecen servicios financieros que comprenden una aparato en línea seguro y efectivo y un método para manejar los servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa, tarjetas de cuentas y publicidad al adaptar a los usuarios con los anunciantes en donde la información exacta, tal como la información actual financiera y transaccional personalmente identificable, así como los datos del comportamiento en línea, se emplea por medios para procesar, controlar y manejar de manera segura la información financiera ubicada dentro de las instalaciones de la institución financiera, que proporciona los servicios financieros según uno de los criterios para adaptar a los anunciantes con los usuarios.

40

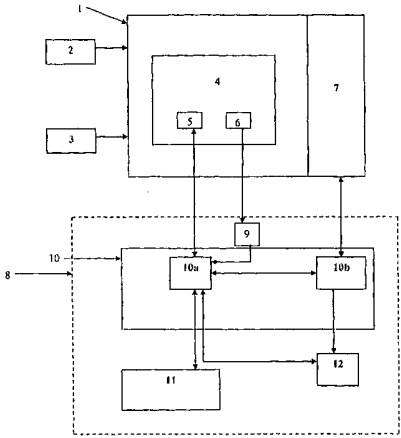


Fig. 1

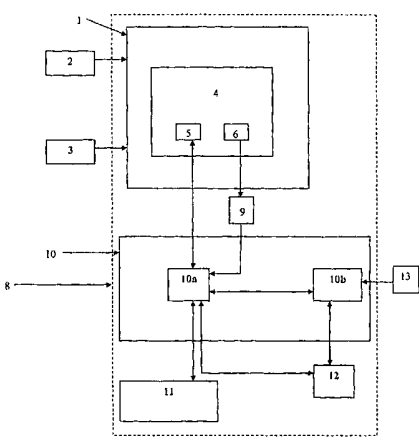


Fig. 2

Apertura de cuenta

Nombre:

SSS:

Número de cuenta:

Contraseña:

Re-ingreso de Contraseña:

14

Fig. 3

201

202

203

Fig. 4a

20

204

Interfaz del Anunciante

207

8 555-5555

206

Archivo cargado

&***&*.pdf

Edad

20-30

205

Sexo

M

Puntos de recompensa

5,000-10,000

Método de Pago

Fig 4b

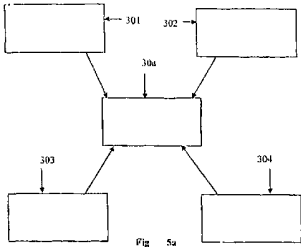


Fig 5a

30

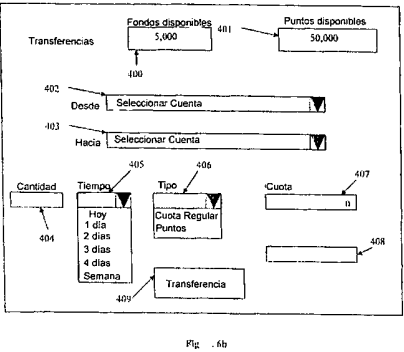
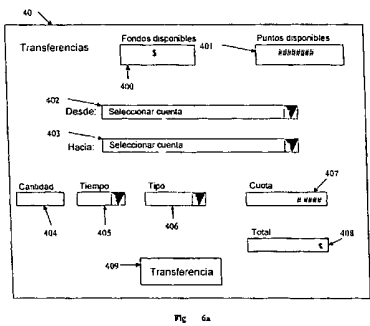
Fondos de la cuenta principal \$10,000 30b

Puntos de recompensa de la cuenta Principal 50,000

	Fondos	Puntos
Mi Hija	\$2,000	5000 301a
Mi Hijo	\$1,000	2500 302a
Servicios de Limpieza	\$5,500	10,000 303a
Escuela	\$1,400	0 304a

Se acepta el cambio 305

Fig 5b



44

Transferencias

Fondos disponibles

5,000

401

Puntos disponibles

50,000

400

Desde

402

Mi cuenta

-\$5,000

Hacia

403

Mi cuenta bancaria externa

\$500

404

Cantidad

\$100.00

405

Tiempo

Hoy

406

Tipo

Puntos

407

Cuota

5,000

408

Total

\$500.00

409

Transferencia

Fig. 6c

42

Transferencias

Pagador

555-555-5555

421

Beneficiario

444-444-4444

422

Cantidad \$1,000

423

Tiempo

1 día

424

Cuota

\$25.00

425

Transferencia Total

\$975.00

426

Menor cuota.

Conversion en cliente

427

Procesar

428

Fig. 6d

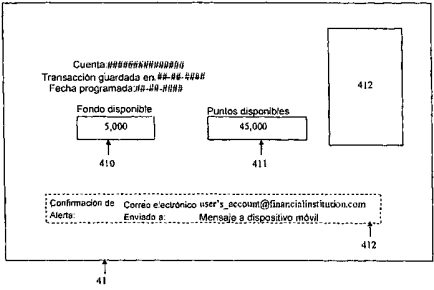


Fig. 7

INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.
PCT/US 10/36048

A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER

IPC(8) - G06Q 30/00 (2010.01)

USPC - 705/14.17

According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC

B. FIELDS SEARCHED

Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols)
US: 705/14.17

Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched
05/14.49; 705/14.4; 705/14.17, 705/14.1; 705/50; G06Q\$ (Keyword limited, see terms below)

Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used)

PubWest (PGPB,USPT,EPAB,JPAB); Google (Google Scholar, Google Patents)

Search Terms: Financial, institution, bank, credit union, ad, advertisement, commercial, banner, promotion, endorsement, bonus, award, point, redeemable, coupon, web, remote, internet, communication, wireless, ATM, behavior, target, timeout, time, GUI, keyboard,

C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
X — Y	US 2002/0003162 A1 (Ferber et al.) 10 January 2002 (10.01.2002), entire document, especially abstract, Fig 1, para [0003]-[0026]	2-15 and 18 ----- 1, 16-17, 19
Y	US 7,158,943 B2 (van der Riet) 02 January 2007 (02.01.2007), entire document, especially abstract, col 9, ln 20-21 and col 18, ln 41-43.	1, 16, 19
Y	US 2002/0016771 A1 (Carothers et al.) 07 February 2002 (07.02.2002), entire document, especially para [0120]-[0125]	1, 17
A	US 7,330,890 B1 (Partovi et al.) 12 February 2008 (12.02.2008), entire document	1-19
A	US 2007/0214045 A1 (Subramanian et al.) 13 September 2007 (13.09.2007), entire document	1-19

☐ Further documents are listed in the continuation of Box C.

* Special categories of cited documents:

"A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance

"E" earlier application or patent but published on or after the international filing date

"L" document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified)

"O" document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means

"P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed

"T" later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention

"X" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone

"Y" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art

"&" document member of the same patent family

Date of the actual completion of the international search

28 September 2010 (28.09.2010)

Date of mailing of the international search report

14 OCT 2010

Name and mailing address of the ISA/US

Mail Stop PCT, Attn: ISA/US, Commissioner for Patents
P.O. Box 1450, Alexandria, Virginia 22313-1450

Facsimile No. 571-273-3201

Authorized officer:

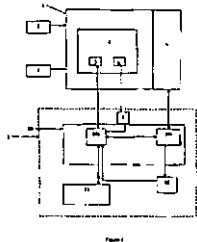
Lee W. Young

PCT Helpdesk: 571-272-4300
PCT OSP: 571-272-7774

 Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA		SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO DIVISION DE NUEVAS CREACIONES EXTRACTO PARA PUBLICACIÓN SOLICITUD DE PATENTE DE INVENCION PCT	
(21) N° de solicitud: 22) Fecha de solicitud: (30) Prioridad (31) Prioridad (32) Fecha (33) País 12/471,613 26/05/2009		(51) Int Cl: G06Q 030/000 (71)Solicitante(s) MANUEL MORALES (72) Inventor(es) MANUEL MORALES (74) Apoderado: LUZ CLEMENCIA DE PAEZ	
(85) Fecha limite inicio fase nacional: 26/12/2011 (86) Datos relativos a la presentación de la solicitud PCT Fecha de presentación de la solicitud: 25/05/2010 No. de solicitud PCT/US2010/036048		(87) Publicación internacional Fecha: 02/12/2010 N° publicación: WO 2010/138497 A3	
(54) Titulo: APARATO Y METODO PARA EL MANEJO Y SERVICIOS DE CUENTAS BANCARIAS, SUMINISTRO DE PUBLICIDAD Y PUNTOS DE RECOMPENSA			

Resumen:

Un sistema para controlar, procesar y manejar de manera segura y efectiva servicios financieros, el suministro de publicidad dirigida, múltiples tarjetas de cuentas y puntos de recompensa que comprende un portal de la red o un portal bancario de Internet de instrucción financiera, que ofrecen servicios financieros que comprenden una aparato en línea seguro y efectivo y un método para manejar los servicios de cuentas bancarias, puntos de recompensa, tarjetas de cuenta y publicidad al adaptar a los usuarios con los anunciantes en donde la información exacta, tal como la información actual financiera y transaccional personalmente identificable, así como los datos del comportamiento en línea, se emplea por medios para procesar, controlar y manejar de manera segura la información ubicada dentro de las instalaciones de la instrucción financiera, que proporciona los servicios financieros según uno de los criterios para adaptar a los anunciantes con los usuarios.



Sobre

con

Arlas

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
NIT : 800.176.089-2
- / -

 Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA	RECIBO DE CAJA	No. 11 - 122592
		Bogotá D.C., Diciembre 16 de 2011 - 18:38:37

RECIBIDO DE : CAVELIER ABOGADOS	NI 860.041.367
---------------------------------	----------------

*** Soporte del Pago ***					
TIPO PAGO	BANCO	CUENTA	No. PAGO	FECHA PAGO	VR. PAGO
CONSIGNACION	BANCO DE BOGOTA	062754387	427470886	16/12/2011	36.506.000.00

*** Conceptos Pagados ***			
CANT. HISTORICO	CONCEPTO	Vr. UNIDITARIO	Vr. CONCEPTO
1 50005-01-08 PRORROGA DE TERMINOS	1608 N. CREACION PRORROGA DE TERMINOS O PLAZO ADICIONAL	86.000.00	86.000.00
			\$86.000.00

SON: *OCHENTA Y SEIS MIL PESOS MONEDA CORRIENTE***

Responsable: _____

Recibo de Caja Aplicado al Expediente No. _____

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO



No. 11-178266- -00000-0000

Fecha: 2011-12-26 10:53:24 Dep. 2020 DIR.NUEVASCR
Tra. 11 PATENTEIYII Eve: 378 FASENACIONALI
Act. 411 PRESENTACION Folios: 50

00105J9037-841-001-2.

Sede Centro: Carrera 13 No. 27 - 00 Pisos 3,4,5 y 10 Bogotá, D.C.- Colombia

Web: www.sic.gov.co e-mail: info@sic.gov.co Conmutador: (571) 5870000 Fax: (571) 5870284 Línea: 018000-910165 Cell Center: (571) 6513240

Diciembre 16 de 2011 - 18:38:46

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

NIT : 800.176.089-2

-/-



RECIBO DE CAJA

No. 11 - 122649

Bogotá D.C., Diciembre 16 de 2011 - 18:38:37

RECIBIDO DE : CAVELIER ABOGADOS

NI 860.041.367

*** Soporte del Pago ***

TIPO PAGO	BANCO	CUENTA	No. PAGO	FECHA PAGO	VR. PAGO
CONSIGNACION	BANCO DE BOGOTA	062754387	427470886	16/12/2011	36.506.000.00

*** Conceptos Pagados ***

CANT. RENTISTICO	CONCEPTO	Vr. UNIDITARIO	Vr. CONCEPTO
1 50005-01-01 SOLICITUDES	3 PROC. REGISTRO DE MARCAS Y LEMAS COMERCIALES	728.000.00	728.000.00
			\$728.000.00

SON: **SETECIENTOS VEINTIOCHO MIL PESOS MONEDA CORRIENTE***

Responsable:

Recibo de Caja Aplicado al Expediente No. _____

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO



No. 11-178266- -00000-0000

Fecha: 2011-12-26 10:53:24 Dep. 2020 DIR.NUEVASCR
Tra. 11 PATENTEIYII Eve: 378 FASENACIONALI
Act. 411 PRESENTACION Folios: 50

0610:J9037-841-001-2,

Sede Centro: Carrera 13 No. 27 - 00 Pisos 3,4,5 y 10 Bogotá, D.C.- Colombia

Web: www.sic.gov.co e-mail: info@sic.gov.co Conmutador: (571) 5870000 Fax: (571) 5870284 Línea: 018000-910165 Call Center: (571) 6513240

, Diciembre 16 de 2011 - 18:38:48



No. 11-178266-00000-0000

Fecha: 2011-12-26 10:53:24 Dep. 2020 DIR.NUEVASCR
Tra. 11 PATENTEIYII Eve: 378 FASENACIONALI
Act. 411 PRESENTACION Folios: 50

PATENTE DE INVENCION ☐

MODELO DI

- ☐ Indicación que se solicita una patente.
 - ☐ Datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud
 - ☐ Descripción de la invención
 - ☐ Dibujos de ser estos pertinentes
 - ☐ Comprobante de pago de las tasas establecidas (De ser el caso formato de descuento)
- Completa ☐ Incompleta ☐

PATENTE DE INVENCION PCT ☒

MODELO DE UTILIDAD PCT ☐

Art.33 Decisión 486/00, Circular Única

- ☒ Indicación que se solicita una PCT
 - ☒ Copia de la solicitud en español, tal como fue presentada inicialmente (capítulo descriptivo, reivindicatorio, resumen)
 - ☒ Dibujos de ser estos pertinentes
 - ☒ Comprobante de pago de las tasas establecidas (de ser el caso formato de descuento)
- Completa ☒ Incompleta ☐

DISEÑO INDUSTRIAL ☐

(Art. 119 Decisión 486/00)

- ☐ Indicación que se solicita Diseño industrial
 - ☐ Datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud
 - ☐ Representación gráfica y fotográfica del Diseño industrial o muestra del material que incorpora el diseño
 - ☐ Comprobante de pago de las tasas establecidas
- Completa ☐ Incompleta ☐

ESQUEMA DE TRAZADO ☐

(Art. 92 Decisión 486/00)

- ☐ Indicación que se solicita un esquema de trazado
 - ☐ Datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud
 - ☐ Representación gráfica de un esquema de trazado
 - ☐ Comprobante de pago de las tasas establecidas
- Completa ☐ Incompleta ☐