

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO	
RAD: 13-45130- -3	FECHA: 2014-02-28 16:48:52
DEP: 2020 DIRECCION DE NUEVAS CREACIONES	EVE: 378 FASE NACIONAL INCLUIDO CAPITULO I
TRA: 11 PCT-PATENTE DE INVENCION CAPITULOS I Y II	FOLIOS: 8
ACT: 519 PRESENTACION	

DIRECCIÓN DE NUEVAS CREACIONES

2020
Bogotá, D.C.,

Abogado(a)/Señor(a)
JUAN PABLO CADENA SARMIENTO

Asunto: Radicación: 13-45130- -3
 Trámite: 11
 Evento: 378
 Actuación: 519
 Oficio: 2737
 Folios: 8

Patente de Invención	X			Patente de Modelo de Utilidad	
Vía Nacional					
Vía PCT (Fase Nacional)	X	Capítulo I	X	Capítulo II	
No. Solicitud Internacional	PCT/IN2011/000507				
Fecha de Presentación Internacional	02/08/2011				

Como resultado del Examen de Fondo realizado, con fundamento en el artículo 45 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, se comunica:

1. Documentos estudiados

Descripción:	Rad. N° 13-045130-00000-0000	06/Marzo/2013
Reivindicaciones:	Rad. N° 13-045130-00000-0000	06/Marzo/2013
Dibujos:	Rad. N° 13-045130-00000-0000	06/Marzo/2013
Prioridad:	IN 2827/CHE/2010	27/Septiembre/2010

2. Análisis de la Prioridad

Se acepta la reivindicación de Prioridad porque: esta solicitud fue presentada dentro del plazo establecido (Art. 9 D 486) y su contenido técnico corresponde con el de la prioridad reivindicada.

3. Objeto de la invención

De acuerdo con lo establecido en el numeral 1.2.2.2 del Capítulo Primero del Título X de la Circular Única para efectos del examen de patentabilidad, se tendrá en cuenta la tasa pagada por el solicitante al momento de comenzar el examen para las reivindicaciones adicionales; esto es que cuando la solicitud contenga más de diez (10) reivindicaciones y no se haya pagado la tasa complementaria, sólo se estudiarán las cubiertas por la tasa pagada. Por lo tanto, se estudiarán las reivindicaciones 1 a 26.

Título de la solicitud: “Sistema y método para compensar a suscriptores de telecomunicaciones para permitir reproducir anuncios publicitarios como tonos de devolución de llamada y activación directa de servicios anunciados” (Ver página 1 del radicado bajo el N° 13-045130-00000-0000).

El problema planteado en esta solicitud consiste en la necesidad de fomentar suscriptores de RBT (tono de progreso de llamada) (destinatario de la llamada, así como quien hace la llamada) para participar activamente en la promoción y el uso de anuncios publicitarios como RBT por ofrecer beneficios a los suscriptores de RBT.

Para resolver este problema técnico la solicitud en estudio proporciona un método y sistema para los suscriptores de compensadores de un proveedor de servicios de telecomunicaciones (TSP) para permitir la reproducción de anuncios publicitarios como los tonos de devolución de llamada y activación directa de los servicios anunciados. En diversas modalidades, el sistema incluye un centro de datos operativamente conectado con el TSP y que incluye una interfaz de usuario configurado para ser utilizado por uno o más usuarios para crear campañas. La creación de campañas incluye especificar mensajes de anuncio publicitario que se reproduce en base a uno o más parámetros de orientación. El centro de datos incluye además una base de datos configurada para almacenar mensajes de campañas de anuncios publicitarios creados por un usuario de uno o más usuarios y un controlador de campaña configurado para administrar la provisión de anuncios publicitarios a un servidor para reproducción y además configurado para controlar la frecuencia y la exposición de anuncios publicitarios por campaña por usuario en base a las entradas dadas por uno o más usuarios.

El objeto de la presente Solicitud se relaciona con la Clasificación Internacional de Patentes (CIP): G06Q 30/00; H04M 3/42, 3/487.

4. No es una invención (Art 15 D 486 literal (e))

El objeto de las reivindicaciones 23 a 26 no se considera una invención de acuerdo con el artículo citado, dado que hace referencia a un producto de computadora que comprende un soporte informático utilizable con un código de programa legible por computadora incorporado en el mismo, lo que indica que es un software como tal.

5. De la Solicitud de Patente

Reivindicaciones (Art 30 D 486, Art 22 PCT)

El capítulo reivindicatorio no es claro dado que comprende diversas partes caracterizadoras, lo cual hace confuso la distinción entre lo que se quiere reivindicar y lo conocido en la técnica. Se sugiere al solicitante que incluya en las reivindicaciones independientes un preámbulo en donde se indican aquellas características técnicas conocidas en el estado de la técnica y una sola parte caracterizadora en donde se indican las características esenciales de la invención.

Se le sugiere al solicitante que indique al frente de la característica o del elemento, el número de referencia (X) guardando correspondencia con el capítulo descriptivo, las gráficas o dibujos y dicho capítulo reivindicatorio, con el objetivo de comprender mejor la invención al momento de hacer el análisis y distinguir los elementos de dicha invención.

Las reivindicaciones 1 y 5 a 12 no son claras porque mencionan: “un controlador de campaña”, “un sistema de compensación”, “un motor de reglas”, “un módulo de seguimiento”, “un sistema de ejecución de respuestas”, “un módulo de grabación de respuestas”, “un módulo de ejecución de respuesta”, “un sistema de activación de servicio”, “un módulo de notificación de correo electrónico”, “un módulo de informes”,

siendo frases de carácter general que sugieren de forma imprecisa que la protección se extiende a otras posibles variaciones o modificaciones. Se sugiere definir dichos sistemas, módulos y/ motor con sus características técnicas esenciales estructurales tangibles.

La reivindicación 5 no es clara porque la frase: “...una base de datos de la cruz de TSP...” se encuentra mal redactada y/o mal traducida.

Las reivindicaciones 1 a 11 no son claras porque indican el uso que puede darse al producto reivindicado, el cual no es una característica técnica que defina a la invención. Lo anterior, según los siguientes fragmentos: “...configurada para ser utilizada por uno o más usuarios para crear campañas, en donde la creación de campañas comprende especificar mensajes de anuncios publicitarios que se reproduce en base a uno o más parámetros de focalización... configurada para almacenar campañas de mensajes de anuncios publicitarios creadas por uno o más usuarios... configurado para gestionar la provisión de anuncios publicitarios a un servidor para reproducción, y además configurado para controlar la frecuencia y la exposición de anuncios publicitarios por campaña por usuario en base a entradas dadas por uno o más usuarios... configurado para recibir la provisión de anuncios publicitarios y datos de campaña desde el controlador de campaña, para almacenar archivos multimedia como anuncios publicitarios en bases de datos dentro de uno o más sistemas de RBT de red TSP, en donde el servidor de anuncios publicitarios está configurado además para establecer la frecuencia y la combinación de RBT y la publicidad que se reproducen a las llamadas de un destinatario de la llamada y establecer la frecuencia y la mezcla de RBT y anuncios publicitarios para ser reproducidos a quien hace la llamada sobre la base de criterios predefinidos derivados de uno o más parámetros de orientación.”, “...el usuario tiene al menos uno de un anunciante, una agencia de venta, un TSP y una tercera parte implicada en la creación o administración de campañas de publicidad.”, “...uno o más parámetros de orientación comprende al menos uno de perfil de suscriptor, el perfil de llamada, la localización de llamadas, la ubicación de suscriptor, el círculo de telecomunicaciones quien llama donde se encuentra, el círculo de telecomunicaciones en donde se encuentra suscriptor, la hora del día durante la cual es hecha la llamada por la persona que llama y la hora del día en que se recibe la llamada por el suscriptor.”, “... en donde los criterios predefinidos comprenden al menos uno del círculo de telecomunicaciones de la relación de persona que llama, el origen de TSP de la persona que llama, la relación de RBT a los anuncios publicitarios para quien hace la llamada que pertenecen al mismo TSP como destinatario de la llamada, la relación de RBT a los anuncios publicitarios de llamada de TSP que no pertenecen al mismo TSP del destinatario de la llamada y el tipo de anuncios publicitarios que se desea reproducir y frecuencia de la publicidad en particular que se reproducirá a quien llama en particular.”, “...configuradas para definir las reglas para regular la frecuencia y la combinación de RBT y los anuncios publicitarios que se reproducen a las personas que realizan las llamadas sobre la base de planes de tarifas y las condiciones de servicio acordados entre el TSP y los suscriptores, en los términos del servicios se basan en los criterios predefinidos... configurada para identificar el origen de la red de la persona que llama... configurado para: realizar un seguimiento de los últimos archivos de medios reproducidos a la persona que llama y la historia de los archivos de los medios reproducidos, y además configurado para: proporcionar identificadores para los reproductores de tono de uno o más sistemas de RBT para la reproducción de los archivos de medios publicitarios, y además configurado para: dirigir tonos de reproducción con el fin de reproducir archivos de RBT... configurado para registrar la respuesta de llamada proporcionada en forma de entradas de DTMF... configurado para sondear las respuestas desde el módulo de grabación de respuestas junto con MSISDN de la persona que llama e identificador de anuncios publicitarios y para determinar las reglas y condiciones establecidas para el identificador de anuncios publicitarios en particular, y además configurado para iniciar una acción en conformidad con las respuestas de quien llama.”, “...configurado para iniciar una acción en conformidad con

las respuestas de quien llama.”, “...configurado para activar directamente un servicio seleccionado por el que llama como respuesta de entrada de DTMF.”, “...configurado para enviar un mensaje de servicio de mensajes cortos como una respuesta seleccionada por el que llama en la forma de respuesta de entrada DTMF e iniciado por el módulo de ejecución de respuestas.”, “...configurado para proveer un mensaje a una dirección de id de correo electrónico pre-configurado incluyendo MSISDN de llamadas y en respuesta a la publicidad reproducida a la persona que llama.”, “...configurado para conectar una llamada a un anunciante en respuesta a una respuesta de introducción DTMF por quien hace la llamada.”, “...configurado para cotejar las respuestas recibidas por el módulo de respuesta de grabación en un informe del final del día.”, “...configurado además para enviar el informe del final del día para id de correo electrónico pre-configurado del anunciante junto con información tal como MSISDN de personas que llaman y de sus respuestas correspondientes.” Se sugiere hacer la aclaración respectiva.

Las reivindicaciones 2 a 4 y 13 no son claras porque el término: “al menos”, es impreciso, por lo cual no permite distinguir la invención del estado de la técnica. Se sugiere sustituirlo por un término preciso o un rango concreto.

De igual forma, se le recuerda a la solicitante que las características técnicas esenciales estructurales son las que definen la invención en una reivindicación de producto, las que la hacen (o deberían hacerla) diferente del estado de la técnica y, por tanto, constituyen la solución al problema técnico que intenta resolver la invención. Para una mayor claridad, se definen los siguientes conceptos:

Las características que definen la invención son las características técnicas estructurales de carácter tangible (partes mecánicas, eléctricas, electrónicas y su relación o conexión). Las características funcionales son los elementos que conforman las invenciones, descritos en términos de su uso o su función. No definen la invención, pero explican la relación que hay entre sus diversas características estructurales, por lo tanto, dichas características funcionales no brindan novedad y/o nivel inventivo a la invención y no son tenidas en cuenta en el examen de patentabilidad.

Por lo anterior, el capítulo reivindicatorio de la solicitud en estudio no cumple con el requisito de claridad acuerdo con el artículo 30 de la Decisión 486. En consecuencia, la solicitante deberá presentar un nuevo capítulo reivindicatorio, donde se hayan modificado las objeciones anteriormente citadas; dichas modificaciones no deben ampliar el objeto inicialmente presentado por la presente solicitud.

6. Determinación del Estado de la Técnica

El estado de la técnica se determinó con base en la fecha de presentación de la solicitud de prioridad: septiembre 27 de 2010, y se encontraron los siguientes documentos que anticipan el objeto de esta solicitud:

Ítem	Documento	Título	Fecha de Publicación
D1	WO 2009/084002	“Method and system for customizing ring-back tone in an inter-operator telecommunication system”	09/Julio/2009
D2	US 2009/0265220	“Intelligent multi-channel targeted telecommunications advertisement campaign manager”	22/Octubre/2009

El documento D1¹ divulga un método y un sistema para proporcionar mensajes de información comercial (IC) como un tono de llamada (RBT) a una persona que llama en un sistema de telecomunicaciones entre operadores. En el sistema de telecomunicaciones entre operadores, el llamador y el destinatario están registrados en diferentes proveedores de servicios de telecomunicaciones. El segundo proveedor de servicios de telecomunicaciones envía una petición al primer proveedor de servicios de telecomunicaciones para proporcionar un identificador de CI asociado a un perfil de la persona que llama. La solicitud se enruta a través de un agente comercial global. Un reproductor RBT del segundo proveedor de servicios de telecomunicaciones reproduce el mensaje CI correspondiente a la Identificación del CI como tono de llamada a la persona que llama (Fl. 1, resumen).

El documento D2² divulga un sistema y método para habilitar servicios de publicidad subsidiada de telecomunicaciones, que pueden ofrecer una campaña compuesta de múltiples anuncios, cada anuncio con un formato diferente (texto, audio y video), a las diferentes terminales de usuario (teléfono celular, PDA, PC, etc.) mediante el uso de diferentes canales de telecomunicación (mensajes de texto, llamadas telefónicas, mensajes multimedia, tonos de llamada) de forma simultánea. El sistema se compone de tres capas: un director de campaña para administrar el estado de la campaña, una lógica de servicio la cual determina la población usuaria y el canal que mejor enfatiza con el contenido y el formato de cada anuncio, y un gestor de canales que emula una asociación de aplicaciones de servicio para aprovechar de forma simultánea varios canales de telecomunicaciones a través de una plataforma de entrega de servicios (SDP), o uniéndose directamente a la red del operador (Fl. 1, resumen).

7. Examen de Patentabilidad (Art 14 D 486)

Es importante mencionar que el siguiente análisis de patentabilidad se realizó teniendo en cuenta las objeciones de los numerales 4 y 5 de la presente comunicación.

Novedad (Art 16 D486)

La reivindicación 1 consiste en “*Un sistema para proporcionar anuncios publicitarios como tonos de llamada (RBT) para los suscriptores de un proveedor de servicios de telecomunicaciones (TSP) y los suscriptores de compensación para permitir el uso de la publicidad como tonos de llamada, el sistema comprende...*” (Ver página 29 del radicado N° 13-045130-00000-0000).

Comparación de las características técnicas esenciales, con las del Estado de la Técnica:

Características esenciales	D1	D2
Un centro de datos operativamente conectado con el proveedor de servicios de telecomunicaciones (TSP).	El proveedor de servicios de telecomunicaciones TSPa incluye un centro de conmutación móvil (MSC) (180a), una base de datos central (110a) y un sistema de información comercial (CI) (112a). De igual forma, el TSPb incluye un centro de conmutación móvil (MSC) (180b), una base de datos central (110b) y un sistema de información comercial (CI) (112b) (Pág. 5, Fl. 6, Párr. 1). El centro de datos centralizado (114) puede ser accedido por los sistemas (112a) y (112b). El centro de datos	Una lógica de servicio para identificar un subconjunto de usuarios en la población de usuarios de telecomunicaciones para la entrega de los anuncios, cada usuario en la población siendo asociado a un perfil de usuario, y la identificación siendo basada en: comparar el perfil del anuncio con cada perfil de usuario en dicha población para determinar un subconjunto de usuarios que encajan el perfil del anuncio y un administrador de canal el cual por cada usuario en dicho subconjunto de usuarios,

1 <http://worldwide.espacenet.com/publicationDetails/originalDocument?>

CC=WO&NR=2009084002A2&KC=A2&FT=D&ND=&date=20090709&DB=&locale=en_EP

2 <https://docs.google.com/viewer?url=patentimages.storage.googleapis.com/pdfs/US20090265220.pdf>

	centralizado (114) es responsable de almacenar y gestionar los mensajes CI a ser reproducidos a la persona que llama (102) (Pág. 6, Fl. 7, Párr. 1).	identifica y gestiona por lo menos un canal de telecomunicaciones de la preferencia de entrega del canal del usuario, verifica para determinar si la preferencia de entrega del canal del usuario permite la entrega de por lo menos un formato de anuncio, y activa el por lo menos un canal para entregar por lo menos un formato de anuncio (Pág. 3, Fl. 10, Párr. 26). El administrador de campaña multicanal (10) se conecta a Internet para simultáneamente unirse y servir a múltiples proveedores de servicios (Pág. 3, Fl. 10, Párr. 34, Fig. 1).
Una interfaz de usuario.	El centro de datos centralizado (114) incluye un proveedor (402), una base de datos central (404), un controlador de campaña RBT CI (406) y un agente global (116). El proveedor (402) es una interfaz basada en la web para subir y gestionar mensajes CI (Pág. 8, Fl. 9, Párr. 3).	El administrador de campaña (201) tiene una interfaz de usuario de campaña (202) la cual permite a los administradores de las campañas gestionar los datos de sus campañas. Esta interfaz puede ser basada en la web (portal) o un cliente de gestión de campaña descargable (Pág. 4, Fl. 11, Párr. 64).
Una base de datos.	El centro de datos centralizado (114) incluye un proveedor (402), una base de datos central (404), un controlador de campaña RBT CI (406) y un agente global (116). La base de datos principal (404) almacena la una o más campañas CI, información concerniente a las campañas CI reproducidas y la historia de las campañas CI. Cada campaña CI incluye por lo menos un mensaje CI. La base de datos principal (404) actualiza regularmente un reproductor de RBT (416) con la una o más campañas CI. Adicionalmente, la una o más campañas CI pueden ser actualizadas regularmente (Pág. 8, Fl. 9, Párr. 3 a Pág. 9, Fl. 10, Párr. 1).	La base de datos de usuarios contiene información de la comunidad de usuarios quienes se suscriben al servicio de telecomunicaciones patrocinado y por lo tanto, están dispuestos a recibir los anuncios durante una sesión de telecomunicaciones (Pág. 4, Fl. 11, Párr. 66).
Un controlador de campaña.	El centro de datos centralizado (114) incluye un proveedor (402), una base de datos central (404), un controlador de campaña RBT CI (406) y un agente global (116) (Pág. 8, Fl. 9, Párr. 3). El controlador de campaña RBT CI (406) selecciona las campañas CI a ser reproducidas a la persona que llama (102) basado en la historia de la campaña CI (Pág. 9, Fl. 10, Párr. 1).	Un administrador de campaña para gestionar una campaña que comprende una pluralidad de anuncios, en donde los anuncios están en una pluralidad de formatos y están asociados con un perfil, la pluralidad de anuncios enfocan una pluralidad de dispositivos de comunicación de usuario final (Pág. 3, Fl. 10, Párr. 26)
Un servidor de anuncios publicitarios situado dentro de la red de TSP.	Las tarjetas de medios (304) y de señalización (302) están conectadas al servidor de aplicación (306) y sirven como un enlace entre el MSC (108) y el servidor de aplicación (306) (Pág. 7, Fl. 8, Párr. 4). El servidor de aplicación (306) incluye un agente global, un servidor de CI, una base de datos de clientes, un proxy y un reproductor RBT (Pág. 9, Fl. 10, Párr. 2).	El contenido de anuncios puede almacenarse en la base de datos del servidor de medios (205) en la forma de archivos multimedia (204) (Pág. 4, Fl. 11, Párr. 42).

De acuerdo con la tabla anterior, donde se comparan las características técnicas de la reivindicación 1 con las anterioridades D1 y D2, el sistema descrito en dicha reivindicación, ya era conocido en el estado de la técnica. Por lo tanto, la reivindicación 1 no es nueva.

Las reivindicaciones dependientes 2 a 4 no mencionan alguna característica que haga nuevo al sistema de la reivindicación 1, dado que contienen las mismas características técnicas esenciales estructurales tangibles de la reivindicación independiente o se encuentran redactadas en términos de usos, funciones y/o resultados, por lo cual se considera que no son nuevas.

8. Conclusión

Los requisitos de patentabilidad de la presente solicitud están afectados de acuerdo a las objeciones de los numerales 4 y 5 y así:

Ítem	Documento	Reivindicaciones afectadas	Requisito que afecta
D1	WO 2009/084002	1 a 4	Novedad/ Nivel Inventivo
D2	US 2009/0265220	1 a 4	Novedad/ Nivel Inventivo

En cumplimiento del artículo 45 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, se le indica que debe dar respuesta dentro del término de sesenta (60) días contados a partir del día siguiente de la fecha de notificación de la presente comunicación. En caso de no dar respuesta al presente requerimiento, o si a pesar de la respuesta subsistieran los impedimentos para la concesión, se denegará la patente.

Se invita al solicitante se sirva indicar, si así lo considera, su renuncia al término faltante de sesenta (60) días para dar respuesta a este requerimiento y presentarla por escrito.

Finalmente, se le recuerda al solicitante que si como respuesta a este requerimiento llegara a modificar el capítulo reivindicatorio y éste contenga más de diez (10) reivindicaciones, no pagará la tasa de modificación voluntaria pero sí la correspondiente al pago por reivindicación adicional.

Notifíquese el presente oficio conforme a lo dispuesto en el numeral 5.2, literal e), del capítulo quinto del título primero de la Circular Única No. 10 de 2001.



JOSÉ LUIS SALAZAR LÓPEZ
Director de Nuevas Creaciones (c)

El anterior requerimiento fue notificado por fijación en lista, de fecha 2014-03-04

Elaboró: Angelica Maria Ramirez
Revisó: Sonia Andrea Diaz Pirazan