

As. 124.108

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO



No. 13-045130- -00004-0000

Fecha: 2014-05-30 15:57:53 Dep. 2020 DIR.NUEVASCR  
Tra. 11 PATENTEIYII Eve: 378 FASENACIONALI  
Act. 523 RESPUESTA Folios: 20

Señor

**DIRECTOR DIVISIÓN DE NUEVAS CREACIONES  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO**

E.

S.

D.

REF: Expediente No. **13 045.130**- solicitud de patente de invención a favor de **ONMOBILE GLOBAL LIMITED**. Título: **SISTEMA Y MÉTODO PARA COMPENSAR A SUSCRIPTORES DE TELECOMUNICACIONES PARA REPRODUCIR ANUNCION PUBLICITARIOS COMO TONOS DE DEVOLUCIÓN DE LLAMADA Y ACTIVACIÓN DIRECTA DE SERVICIOS ANUNCIADOS.**

**RESPUESTA A EXAMEN DE FONDO**

**JUAN PABLO CADENA SARMIENTO**, portador de la tarjeta profesional No. 57.492 del C.S.J., obrando como apoderado de la sociedad solicitante me permito dar respuesta al Oficio No. 2737 relacionado con la patentabilidad de la presente invención y notificado por fijación en lista el 9 de Marzo de 2014.

De manera atenta ponemos a disposición de su Despacho un nuevo pliego reivindicatorio conformado por veintidós (22) reivindicaciones, las cuales se encuentran enteramente sustentadas por las divulgaciones del capítulo descriptivo y no exceden el alcance de la invención reivindicada anteriormente. Igualmente, adjuntamos el recibo correspondiente a la tasa de estudio de las reivindicaciones adicionales.

Con relación a dicho nuevo pliego reivindicatorio, es pertinente resaltar que la materia contenida en las reivindicaciones 23 a 26 fue completamente eliminada del mismo, evitando de este modo hacer referencia explícita a un software o a cualquier tipo de materia que no se considera una invención y a partir de lo cual asumimos superada la respectiva objeción.

Del mismo modo, cabe anotar que fueron incorporados los números de referencia relativos a cada uno de los elementos que componen la presente invención, con el fin de procurar una mayor comprensión de la materia reivindicada y manteniendo estrecha relación con la numeración presentada a lo largo del capítulo descriptivo de la presente invención.

En cuanto a los términos *"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"* y *"un módulo de informes"*, objetados por ser de carácter general y definir de forma imprecisa el alcance de la presente invención, nos permitimos mencionar que los mismos resultan comprensibles y claros para la persona normalmente versada en la materia y a partir de ello, la presente invención puede ser llevada a cabo sin ningún inconveniente.

Más allá de esto, cada uno de dichos términos se encuentra ilustrado a profundidad en el capítulo descriptivo de la presente solicitud, razón por la que consideramos que los mismos son completamente pertinentes y no hay lugar a restringirlos de ninguna manera.

Asimismo, teniendo en cuenta el contexto en el que se reivindican, dichos términos hacen referencia a cada uno de los **elementos esenciales** que dan lugar a la presente invención y por tanto, establecen de manera adecuada el objeto y sentido de la presente invención, razón por la que se solicita el retiro de la respectiva objeción.

Adicionalmente, es necesario resaltar que dichos términos se acompañan de sus respectivas características técnicas funcionales, las cuales permiten comprender la relación existente entre los elementos que conforman la presente invención y que de este modo, clarifican aún más el objeto y sentido de la misma.

Con relación a lo anterior, encontramos que el señor Examinador objeta todas y cada una de las características técnicas funcionales descritas en las reivindicaciones 1 a 11 indicando que las mismas *"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"*.

Frente a tal posición –la cual en nuestro concepto carece de todo fundamento–, nos permitimos aclarar que, en primer lugar, el actual pliego reivindicatorio no hace referencia de ningún modo al supuesto "uso" de la presente invención, y que además de ello, los fragmentos objetados evidencian ***características funcionales*** de la presente invención, como se comentó previamente.

Con el fin de sustentar lo anterior, nos permitimos citar aquí el Instructivo de Examen de Solicitudes de Patentes y Modelo de Utilidad, documento que define y avala completamente la inclusión de características funcionales, tal y como se aprecia a continuación:

*"Las características técnicas 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.*

*Las reivindicaciones deben incluir características estructurales y funcionales cuando para la persona del oficio normalmente versada en la materia no sea obvio el funcionamiento de los elementos característicos y la relación entre estos.*

(...)

*Por otro lado, las reivindicaciones pueden incluir características estructurales y funcionales cuando para la persona del oficio normalmente versada en la materia sea obvio el funcionamiento de los elementos característicos y la relación entre estos."* (Numeral 2.6.5.4 – Características esenciales)

De acuerdo con esto, insistimos en que la totalidad de la materia reclamada en las reivindicaciones 1 a 11 es válida toda vez que enuncia distintas características funcionales de la presente invención y en este sentido, permiten que exista una mayor comprensión del sistema aquí divulgado. Dicho esto, solicitamos respetuosamente que todas y cada una de las expresiones objetadas sean debidamente reconocidas como **características técnicas** de la presente invención y consecuentemente, sea retirada la respectiva objeción.

Ahora bien, respecto a la expresión “*al menos*”, consideramos oportuno mencionar que contrario a lo afirmado por el señor Examinador, la misma es clara, guarda concordancia con el lenguaje comúnmente empleado en el campo técnico y permite distinguir adecuadamente la materia aquí reivindicada del estado de la técnica.

Más en detalle, es pertinente aclarar que dicha expresión “*al menos*” incluida, por ejemplo, en la frase “*en donde 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*” hace referencia a la presencia de **mínimo** uno de dichos elementos, sin necesariamente restringir la presencia de **dos, tres o más** de los mismos, lo cual no supone falta de claridad alguna.

Concretamente, consideramos que la expresión objetada es consecuente con el alcance y sentido de la presente invención y que además, los elementos que la acompañan permiten su plena comprensión, razón por la cual solicitamos sea retirada la objeción en estudio.

Finalmente, notará el señor Examinador que el error de redacción presente en la pasada reivindicación 5 fue corregido mediante la expresión “*una Cruz de Base de Datos de TSP (312) configurada para identificar el origen de la red de la persona que llama*”, la cual se encuentra estrechamente relacionada con la terminología que maneja el capítulo descriptivo de la presente solicitud y a partir de lo cual damos por superada la respectiva objeción.

Así las cosas, solicitamos sea reconocida la entera validez del pliego reivindicatorio que ponemos a su consideración, ya que el mismo constituye una divulgación clara y concisa de la presente invención.

### **Novedad y Nivel inventivo**

Como comentario preliminar, consideramos pertinente manifestar nuestro desconcierto respecto a una de las afirmaciones del señor Examinador, la cual nos permitimos citar y comentar a continuación:

*"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."*

Frente a tal posición, es nuestro interés aclarar que las características funcionales que caracterizan a la presente invención son completamente válidas y deben ser tenidas en cuenta como **características técnicas esenciales** que definen y diferencian a la presente invención del estado de la técnica toda vez que en ellas radica la solución al problema técnico objetivo que enfrenta la misma.

En este orden de ideas, solicitamos dichas características funcionales sean debidamente consideradas dentro del examen de patentabilidad de la presente invención, así como la argumentación que prosigue respecto a los requisitos de novedad y nivel inventivo.

Así pues, encontramos que en opinión del señor Examinador, los documentos D1 (*"Method and system for customizing ring-back tone in an interoperator telecommunication system"*, WO 2009/084002) y D2 (*"Intelligent multi-channel targeted telecommunications advertisement campaign manager"*, US 2009/0265220) anticipan el objeto de la presente solicitud y por tanto, la misma carece de novedad.

Continuando con lo comentado previamente, encontramos también que el examen conducido por su Despacho no se ciñe a los lineamientos del Instructivo de Patentabilidad por cuanto omite completamente las características técnicas esenciales que definen a la presente invención y la hacen diferente al estado de la técnica definido por dichos dos documentos.

Partiendo de esto, procedemos a demostrar la entera patentabilidad de la materia reivindicada comparándola con las divulgaciones de los citados documentos D1 y D2, las cuales fallan en desvirtuar la novedad y nivel inventivo de la presente invención.

En primer lugar, es preciso mencionar que la presente invención se relaciona con un sistema que comprende un controlador de campaña en un centro de datos, el cual se encuentra configurado para controlar la frecuencia y la exposición de los anuncios publicitarios por campaña por usuario con base en las entradas proporcionadas por uno o más usuarios.

Adicional a ello, la presente invención se encuentra provista de un servidor de anuncios publicitarios que recibe publicidad y datos de campaña provenientes del controlador de campaña a fin de establecer una frecuencia y combinación del tono de llamada y los anuncios publicitarios previo a su reproducción.

De esta manera, se hace evidente que la presente invención comprende el ***procesamiento de anuncios publicitarios*** de dos maneras; por un lado (i) en términos de frecuencia y exposición -gracias a la presencia del controlador de campaña en el centro de datos-, y (ii) en términos de frecuencia y combinación de tonos de llamada y anuncios publicitarios antes de su reproducción -a cargo del servidor de anuncios publicitarios-, lo cual afirmamos no se ve anticipado o sugerido por las divulgaciones de ninguno de los documentos citados por su Despacho.

Contrario a la disposición ya mencionada, es de notar que el documento D1 se relaciona con un sistema de telecomunicaciones inter-operador para proporcionar mensajes de información comercial como tonos de llamada a una persona que llama, en donde esta se encuentra registrada a un primer proveedor de servicios de telecomunicaciones y el destinatario se encuentra registrado a un segundo proveedor de telecomunicaciones.

A partir de lo anterior, es posible concluir que el sistema divulgado en el documento D1 se limita únicamente a reproducir un mensaje publicitario como tono de llamada y no comprende en ningún momento un mecanismo de **procesamiento de anuncios publicitarios** en donde se ajusten la frecuencia y exposición y la frecuencia y combinación de los tonos de llamada y anuncios publicitarios, tal y como ocurre con la presente invención.

Más específicamente, es pertinente mencionar que el documento D1 proporciona enseñanzas relacionadas con el enrutamiento de mensajes entre componentes de proveedores de servicios independientes con el fin de reproducir pautas publicitarias como tono de llamada a una persona que llama, lo cual en ningún momento corresponde al **procesamiento de anuncios publicitarios** mediante dos vías explicado anteriormente.

En este orden de ideas, encontramos que la anterioridad en estudio divulga un centro de datos centralizado que comprende (a) un controlador de campaña de tonos de llamada con información publicitaria y (b) una base de datos.

Partiendo de dicha conformación, es claro que mientras que la base de datos (b) almacena información relacionada con campañas de información comercial (tanto aquellas campañas que ya han sido reproducidas, como las que se encuentran en espera del servicio), el controlador de campaña de tonos de llamada con información publicitaria (a) selecciona las campañas a ser reproducidas para la persona que llama.

En concordancia, afirmamos que las enseñanzas del documento D1 no se relacionan en absoluto con la materia aquí reivindicada por cuanto dicha anterioridad falla en mencionar que tales componentes (a) y (b) lleven a cabo el procesamiento de anuncios publicitarios para ser reproducidos estableciendo frecuencia y combinación del tono de llamada y anuncios publicitarios.

Más aún, es preciso resaltar que el documento D1, a pesar de ilustrar un servidor de información comercial para la reproducción de mensajes acordes a las personas que llaman, falla totalmente en sugerir o enseñar un servidor de anuncios publicitarios que lleve a cabo funciones de *procesamiento de anuncios publicitarios* para su emisión como tono de llamada que involucre establecer la frecuencia y combinación del tono de llamada y anuncios publicitarios, las cuales ejecuta la presente invención.

Concretamente, es de notar que el documento D1 es completamente silencioso frente a un sistema que incorpora un **centro de datos**, el cual ejecuta la etapa técnica de controlar la frecuencia y exposición de anuncios publicitarios con base en la entrada del usuario, entre otros, y un **servidor de anuncios publicitarios independiente** que lleva a cabo la etapa técnica de recibir anuncios publicitarios y datos de campaña desde el controlador de campaña y establecer la frecuencia y la combinación del tono de llamada y los anuncios publicitarios previo a su reproducción, razón por la cual afirmamos que dicha anterioridad no logra perjudicar de manera contundente la novedad de la presente invención.

A la luz de dichas diferencias, consideramos que es inadecuado afirmar que el documento D1 logra anticipar de manera contundente el objeto de la presente invención, razón por la cual solicitamos sea reconsiderada la respectiva objeción.

Ahora bien, en cuanto al segundo documento citado por el señor Examinador, documento D2, encontramos que este falla igualmente en divulgar exactamente la materia aquí reivindicada toda vez que el mismo se relaciona con un sistema para proporcionar mensajes publicitarios dirigidos a diferentes terminales de usuarios mediante el empleo de canales de telecomunicaciones distintos.

En este sentido, encontramos que el documento D2 divulga un sistema para ofrecer una campaña que comprende múltiples anuncios publicitarios con la posibilidad de que cada uno de ellos pueda emplear formatos distintos (como por ejemplo texto, audio y/o video). De acuerdo con dicha anterioridad, los anuncios publicitarios son entregados a las diferentes terminales del usuario mediante el empleo de varios canales de comunicación acordes con el formato del anuncio.

Es así como dicho documento D2 se enfoca principalmente en entregar, de manera secuencial o simultánea, anuncios publicitarios mediante diversos canales -por ejemplo a través de tonos de llamada y/o tonos de timbre-, los cuales son válidos como mecanismo para emitir dichos anuncios publicitarios.

Considerando dicha caracterización, es evidente que la anterioridad en estudio no contempla un sistema como el que aquí se reivindica, el cual lleva a cabo el **procesamiento de anuncios publicitarios** en términos de frecuencia y exposición o mezcla de tono de llamada previo a su reproducción mediante los mecanismos (i) y (ii) comentados a lo largo del presente memorial, y que debido a esto tampoco constituye soporte suficiente a la objeción del señor Examinador.

Así pues, afirmamos que las enseñanzas del documento D2 fallan en anticipar el **controlador de campaña** reivindicado, el cual ejecuta la etapa técnica de controlar la frecuencia y exposición de los anuncios publicitarios con base en la entrada del usuario, entre otros, y un **servidor de anuncios publicitarios** que lleva a cabo la etapa técnica de recibir anuncios publicitarios y datos de campaña desde el controlador de campaña y establecer la frecuencia y la combinación del tono de llamada y los anuncios publicitarios previo a su reproducción y que, partiendo de este hecho, el mismo no logra desvirtuar de manera contundente la patentabilidad de la presente invención.

En vista de las anteriores comparaciones, respetuosamente solicitamos sea retirada la objeción de novedad que perjudica al presente pliego reivindicatorio ya que, como se ha expuesto a lo largo del presente memorial, los documentos D1 y D2 no logran anticipar todas y cada una de las características técnicas que definen la presente invención.

Habiendo demostrado el total cumplimiento del requisito de novedad por parte de la presente invención, es nuestra intención resaltar que aunque los documentos D1 y D2 divulguen sistemas que aparentemente cuentan con los mismos componentes tangibles que caracterizan la materia reivindicada, el rol que cada uno de dichos componentes ejecuta -o dicho de otro modo la **funcionalidad** de los mismos- constituye la característica técnica que permite diferenciar de manera clara cada una de dichas anterioridades frente a la invención aquí divulgada.

En este orden de ideas, insistimos en que el examen de patentabilidad debe necesariamente considerar todas y cada una de las **características funcionales** que, como bien se demostró previamente, constituyen una estrategia completamente válida para definir el alcance y sentido de la presente invención.

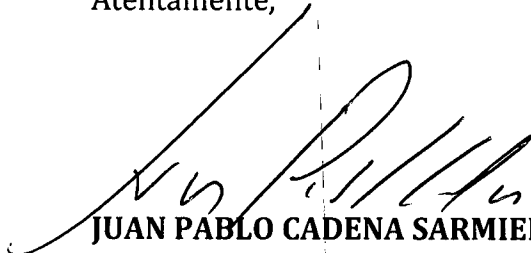
Ahora bien, respecto al requisito de nivel inventivo, es oportuno agregar que los documentos D1 y D2 no constituyen de ninguna manera una instrucción concreta o motivación suficiente para que la persona normalmente versada en la materia se vea en plena capacidad de alcanzar la invención aquí reivindicada de manera obvia.

En este sentido, consideramos que ante las notorias deficiencias ya señaladas, el estado de la técnica definido por los mencionados documentos orientaría de manera distinta al versado en la materia **alejándolo** de la materia aquí reivindicada y motivando el desarrollo de sistemas distintos que, por ejemplo, se limiten a reproducir pautas publicitarias (como ocurre con la anterioridad descrita en el documento D1), o que las pautas publicitarias sean reproducidas en canales de telecomunicaciones distintos tales como los tonos de llamada (según ilustra el documento D2).

De esta manera, concluimos que las anterioridades descritas en los documentos D1 y D2 no motivan o instruyen de manera alguna la manera en la que la presente invención podría ser alcanzada de manera obvia, razón por la cual damos por demostrado el total cumplimiento del requisito de nivel inventivo por parte de la misma.

En vista de lo anteriormente expuesto, respetuosamente solicitamos el retiro de las objeciones de la presente solicitud y la concesión del privilegio solicitado, ya que en opinión del solicitante cumple con todos los requisitos establecidos en la Decisión 486.

Atentamente,



**JUAN PABLO CADENA SARMIENTO**

T.P. No. 57.492 del C.S.J.

C.C. 80.410.337 de Usaquén

Calle 70 A No. 4 - 41

124108

## SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

NIT : 800.176.089-2

-/-



Industria y Comercio

SUPERINTENDENCIA

## RECIBO DE CAJA

No. 14 - 0022325

Bogotá D.C., Febrero 27 de 2014 - 08:11:18

RECIBIDO DE : BRIGARD &amp; CASTRO S.A.

NI 860.047.372

## \*\*\* Soporte del Pago \*\*\*

| TIPO PAGO    | BANCO           | CUENTA    | No. PAGO  | FECHA PAGO | VR. PAGO      |
|--------------|-----------------|-----------|-----------|------------|---------------|
| CONSIGNACION | BANCO DE BOGOTÁ | 062754387 | 610755670 | 26/02/2014 | 21.810.000.00 |

## \*\*\* Conceptos Pagados \*\*\*

| CANT. RENTISTICO           | CONCEPTO                                                        | Vr. UNIDITARIO | Vr. CONCEPTO |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------|--------------|
| 10 50005-01-01 SOLICITUDES | 1607 REIVINDICACION PATENTE UNITARIA<br>ADICIONAL A LAS 10 INIC | 31.000.00      | 310.000.00   |
|                            |                                                                 |                | \$310.000.00 |

SON: \*\*TRESCIENTOS DIEZ MIL PESOS MONEDA CORRIENTE\*\*

Responsable: \_\_\_\_\_

\*\*\*\*

Recibo de Caja Aplicado al Expediente No. \_\_\_\_\_

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO  
No. 13-045130-00004-0000  
Fecha: 2014-05-30 15:57:53 Dep. 2020 DIR.NUEVASOR  
Tra. 11 PATENTE IYII Eve: 378 FASE NACIONAL I  
Act. 523 RESPUESTA Folios: 20

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

Febrero 27 de 2014 - 08:11:28

124108

## SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

NIT : 800.176.089-2

- / -



Industria y Comercio

SUPERINTENDENCIA

## RECIBO DE CAJA

No. 14 - 007689

Bogotá D.C., Enero 24 de 2014 - 08:09:18

RECIBIDO DE : BRIGARD &amp; CASTRO S.A.

NI 860.047.372

## \*\*\* Soporte del Pago \*\*\*

| TIPO PAGO    | BANCO           | CUENTA    | No. PAGO  | FECHA PAGO | VR. PAGO      |
|--------------|-----------------|-----------|-----------|------------|---------------|
| CONSIGNACION | BANCO DE BOGOTA | 062754387 | 650548426 | 23/01/2014 | 76.153.000.00 |

## \*\*\* Conceptos Pagados \*\*\*

| CANT. RENTISTICO          | CONCEPTO                                                        | Vr. UNDITARIO | Vr. CONCEPTO |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------|--------------|
| 2 50005-01-01 SOLICITUDES | 1607 REIVINDICACION PATENTE UNITARIA<br>ADICIONAL A LAS 10 INIC | 31.000.00     | 62.000.00    |
|                           |                                                                 |               | \$62.000.00  |

SON: \*\*SESENTA Y DOS MIL PESOS MONEDA CORRIENTE\*\*\*

Responsable: \_\_\_\_\_

Recibo de Caja Aplicado al Expediente No. \_\_\_\_\_

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

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

Enero 24 de 2014 - 08:17:15

## REIVINDICACIONES

1. 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:

un Centro de Datos (214) operativamente conectado con el TSP y comprendiendo:

una Interfaz de Usuario (220) 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;

una Base de Datos de Campaña (216) configurada para almacenar de mensajes de anuncios publicitarios creadas por uno o más usuarios; caracterizada porque comprende:

un Controlador de Campaña (218) 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; y

un Servidor de Anuncios Publicitarios (212) situado dentro de la red de TSP y configurado para recibir la provisión de anuncios publicitarios y datos de campaña desde el Controlador de Campaña (218), 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 (212) 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.

2. El sistema de la reivindicación 1, en donde 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.

3. El sistema de la reivindicación 1, en donde 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.

4. El sistema de la reivindicación 1, 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.

5. El sistema de la reivindicación 4, en donde el Servidos de Anuncios Publicitarios (212) comprende además:

un Sistema de Compensación (304) que comprende:

un Motor de Reglas (308) configuradas para definir las reglas para regular la frecuencia y la combinación de RBT y los anuncios publicitarios que se reproducen a la 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 servicio se basan en los criterios predefinidos;

una Cruz de Base de Datos de TSP (312) configurada para identificar el origen de la red de la persona que llama; y

un Módulo de Seguimiento (310) configurado para:

16

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; y

un Sistema de Ejecución de Respuestas (306) que comprende:

un Módulo de Grabación de Respuestas (314) configurado para registrar la respuesta de llamada proporcionada en forma de entradas Multi-Frecuencia de Tono Dual (DTMF); y

un Módulo de Ejecución de Respuestas (316) configurado para sondear las respuestas desde el Módulo de Grabación de Respuestas (314) junto con el Número de Red Digital de Servicios Integrales del Suscriptor Móvil (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.

6. El sistema de la reivindicación 5, que comprende además un sistema de activación de servicio operativamente conectado al Módulo de Ejecución de Respuestas (316) y configurado para activar directamente un servicio seleccionado por el que llama como respuesta de entrada de DTMF.

7. El sistema de la reivindicación 5, que comprende además un Centro de Servicio de Mensajes Cortos (324) conectado operativamente a un Módulo de Ejecución de Respuestas (316) y 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 (316).

17

8. El sistema de la reivindicación 5, que comprende además un Módulo de Notificación de Correo Electrónico (324) conectado operativamente al Módulo de Ejecución de Respuestas (316) y 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.

9. El sistema de la reivindicación 5, que comprende además un Sistema Automático de Marcación de Salida (AOBD) (326) configurado para conectar una llamada a un anunciante en respuesta a una respuesta de introducción DTMF por quien hace la llamada.

10. El sistema de la reivindicación 5, que comprende además un Módulo de Informes (318) configurado para cotejar las respuestas recibidas por el Módulo de Grabación de Respuestas (314) en un Informe del Final del Día.

11. El sistema de la reivindicación 10, en donde el Módulo de Informes (318) está 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.

12. El sistema de la reivindicación 5, en donde el Módulo de Seguimiento (310) está conectado operativamente a los reproductores de tono de uno o más sistemas de RBT a través de conectividad de baja latencia.

13. Un método para proporcionar anuncios publicitarios como Tonos de Llamada (RBT) para los suscriptores de un Proveedor de Servicios de Telecomunicaciones (TSP) y suscriptores de compensación para permitir el uso de anuncios publicitarios como los tonos de devolución de llamada, el método comprendiendo:

recepción de llamadas iniciada por el que llama, en donde la llamada es recibida por el Centro de Conmutación Móvil (MSC) del TSP (342) del destinatario de la llamada;

establecer la condición de al menos uno de quien hace la llamada y el destinatario mediante la comprobación del Registro de Localización Local (HLR) de la

TSP (340), en donde se establece el estado que comprende determinar el estado de suscripción de RBT quien hace la llamada y el destinatario;

transferencia de llamada a reproductor de tonos (334) dentro del sistema de RBT (328) de al menos uno de la persona que llama y el destinatario;

caracterizado porque comprende:

controlar la frecuencia y la exposición de anuncios publicitarios por campaña por usuario en base a entradas dadas por uno o más usuarios;

entregar los anuncios publicitarios y datos de campaña a un servidor de anuncios publicitarios (212);

invocar el Sistema de Compensación (304) en el servidor de anuncios publicitarios (212) para el registrar la ubicación de la persona que llama;

determinar archivo multimedia que se reproducirá a quien llama, en el servidor de anuncios publicitarios, con base en los anuncios publicitarios y datos de campaña recibidos y con base en la frecuencia y mezcla de RBT y anuncios publicitarios, determinando la mezcla de RBT y anuncios publicitarios con base en la relación de RBT a Publicidad, en donde la relación de RBT a Publicidad se define sobre la base de planes de tarifas y las condiciones de servicio entre los suscriptores y el TSP, en los términos del servicio se basan en criterios que incluye por lo menos uno de círculo de telecomunicaciones de llamadas, origen de TSP de persona que llama, las llamadas que pertenecen al TSP del mismo destinatario, quien hace la llamada que no pertenece al TSP al mismo TSP del destinatario de la llamada, el perfil de información de destinatario, información de perfil de la llamada, el tipo de anuncios publicitarios que se reproducirán para receptores de llamadas que son suscriptores, la frecuencia de anuncio publicitario en particular que se reproducirá a quien llama particular y la relación de RBT a publicidad para las personas que llaman que son suscriptores; y

reproducir el archivo multimedia seleccionado a la persona que llama, en donde el archivo multimedia seleccionado es al menos uno de un archivo de RBT y un mensaje de anuncio publicitario.

**14.** El método de la reivindicación 13, que comprende además determinar el último archivo de medios reproducido que se reproduce a un suscriptor

antes de la determinación del archivo multimedia que se reproduce a la persona que llama.

**15.** El método de la reivindicación 13, que comprende además la aplicación de una mayor prioridad a la información de perfil de quien realiza la llamada con respecto a la información de perfil del destinatario de la llamada, si se determina que un mensaje de anuncio publicitario debe ser reproducido como un archivo multimedia usando el perfil de la selección de base.

**16.** El método de la reivindicación 13, en donde si el archivo de medios seleccionado es un archivo de RBT, el reproductor reproduce el archivo multimedia de RBT almacenado en la base de datos del reproductor de tonos con base en el identificador de RBT correspondiente.

**17.** El método de la reivindicación 13, en donde si el archivo de medios seleccionado es un mensaje de anuncio publicitario, un identificador de anuncio publicitario es proporcionado por el Sistema de Compensación (304) para que el reproductor reproduzca el tono de mensaje de anuncio publicitario.

**18.** El método de la reivindicación 13, que comprende además:

- grabación de respuesta de llamada a un anuncio publicitario proporcionado en forma de entradas DTMF junto con MSISDN de las personas que llaman e identificador de anuncio publicitario;
- elegir la respuesta registrada y el control de la respuesta frente a un conjunto de reglas y condiciones; e
- iniciar una acción pre-configurada sobre la base de la respuesta.

**19.** El método de la reivindicación 18, en donde la acción iniciada comprende el envío de información de un mensaje electrónico detallando requerido por la persona que llama en la forma de un mensaje SMS.

**20.** El método de la reivindicación 18, en donde la acción iniciada comprende la activación de un servicio seleccionado por la persona que llama como respuesta DTMF.

**21.** El método de la reivindicación 18, en donde la acción iniciada comprende iniciar una llamada AOBBD para conectar la llamada al anunciante sobre la base de la respuesta DTMF seleccionada por quien hace la llamada.

**22.** El método de la reivindicación 18, en donde la acción iniciada comprende el envío de un mensaje de alerta al identificador de correo electrónico pre-configurado de un anunciante del mensaje de anuncio publicitario reproducido como tono de llamada.