



OFICINA ESPAÑOLA DE
PATENTES Y MARCAS

ESPAÑA



① Número de publicación: **2 340 830**

② Número de solicitud: 200901874

⑤ Int. Cl.:
G09F 23/00 (2006.01)
F25C 1/00 (2006.01)

⑫

PATENTE DE INVENCION

B1

⑫ Fecha de presentación: **18.09.2009**

⑬ Fecha de publicación de la solicitud: **09.06.2010**

Fecha de la concesión: **27.05.2011**

⑮ Fecha de anuncio de la concesión: **08.06.2011**

⑮ Fecha de publicación del folleto de la patente:
08.06.2011

⑰ Titular/es: **Antonio Javier Barrero López
c/ Luis Cernuda, 28 - Hacienda El Carmen
41940 Tomares, Sevilla, ES
José Alberto Barrero López**

⑱ Inventor/es: **Barrero López, José Alberto y
Barrero López, Antonio Javier**

⑳ Agente: **Herrera Dávila, Álvaro**

㉑ Título: **Soporte publicitario y corporativo en cubitos de hielo.**

㉒ Resumen:

Soporte publicitario y corporativo en cubitos de hielo. Constituido a partir de cubitos de hielo que presentan en parte o en su totalidad la figuración de una marca o signo distintivo gráfica o tridimensional. La figuración tridimensional se efectúa mediante moldeado: los moldes con la marca, logotipo o dibujo a publicitar se elaboran en plástico u otro material idóneo. En éstos se introduce el agua para su congelación, quedando la marca, el logotipo o el dibujo, ya en relieve, ya hendido, dependiendo de si el molde se coloca con la figuración en positivo o a la inversa.

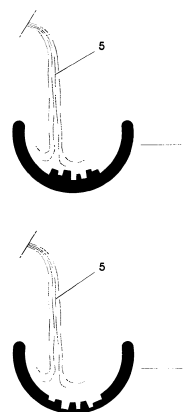


FIG. 1

ES 2 340 830 B1

Aviso: Se puede realizar consulta prevista por el art. 37.3.8 LP.

ES 2 340 830 B1

DESCRIPCIÓN

Soporte publicitario y corporativo en cubitos de hielo.

5 La presente invención se refiere a un soporte publicitario en los cubitos de hielo que son utilizados para enfriar todo tipo de bebidas servidas convencionalmente con éstos. Consiste en la reproducción en los cubitos de hielo de las marcas a publicitar con objeto de que en éstos se pueda identificar y distinguir la marca referida. De esta forma se reproducen marcas, logotipos, diseños y dibujos ya convencionalmente, ya coloreados. De igual forma el hielo puede variar la forma convencional en la que se presenta por otra similar a la que se publicita, consiguiéndose así la
10 esponsorización de todo el cubito de hielo. Con ello se alcanza el objetivo de incluir publicidad de una marca en los cubitos de hielo amén de que tanto las marcas de agua mineral como de empresas de distribución puedan garantizar al consumidor la calidad del hielo y transmitir al público objetivo los valores y atributos de dicha marca. Es una cuestión a valorar debido a la escasez de agua salubre que en zonas de nuestro planeta existe, puesto que se garantiza, de esta forma, la calidad del hielo a consumir.

15 La publicidad es una técnica destinada a difundir o informar al público sobre un bien o un servicio a través de un medio con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo. Los fabricantes de los productos son los responsables directos y únicos de la garantía. Esta obligación es extensible a los importadores y distribuidores mayoristas que representan al fabricante en un territorio determinado. En cuanto al consumo de los cubitos de hielo,
20 la Organización Mundial de la Salud ha indicado que el 80% de las enfermedades se pueden atribuir a problemas derivados del consumo de agua en mal estado con la cual se elabora el cubito de hielo.

La presente invención tiene su campo de aplicación en la industria de la publicidad en general y, singularmente, en soportes publicitarios en productos de consumo, como son los cubitos de hielo.

25 El estado de la técnica aporta algunos modelos de características algo similares, aunque ninguno con las novedades que propone la presente invención.

Se conocen cubitos de hielo con formas variadas, cubitos de hielo de colores o portando en su interior trozos de frutas en combinación con el sabor de la bebida que se bebe. De igual forma se conocen envases que son moldes cúbicos elaborados en Pet rellenos de agua mineral que son congelados en los hogares. También se conoce las cubiteras expuestas en la restauración donde se introducen los cubitos de hielo y en cuyo exterior se exhibe la marca a publicitar. El documento 181803 propone unos moldes para la fabricación de cubitos de hielo en forma de letras. El documento GR2002196 narra unas esculturas elaboradas en hielo para eventos, diseñadas específicamente con la forma que el
35 usuario elija.

Frente a la presente invención estos sistemas conocidos arrojan los siguientes inconvenientes:

- 40 1) Los cubitos de colores, de formas variadas o con trozos de fruta en su interior solo sirven para presentar cócteles de frutas. Pero no soluciona el problema de la calidad del hielo ni sirve como soporte publicitario de una marca.
- 45 2) Los envases elaborados en Pet son, en realidad, agua líquida para congelar en los hogares y no consigue el objetivo de crear publicidad ya que se elabora para un consumo en hogares y, de forma, puntual.
- 3) Las cubiteras expuestas en los establecimientos de restauración son estáticas y se encuentran localizadas en un punto del establecimiento en cuestión con lo que la visualización de la marca a publicitar es menos visible que el cubito de hielo que se va consumir
- 50 4) El documento 181803 propone unos moldes que configuran sobre el cubito de hielo formas diversas que lo convierten en algo atractivo pero no viene a solucionar ningún problema de los antes descritos. Son moldes de silicona o plástico que se rellenan de agua y se congelan en los hogares.
- 55 5) El documento GR2002196 narra unas esculturas de hielo que adornan eventos de tal forma que las figuras o iconos que representan se encuentran combinadas con el motivo o los motivos que tal evento persiguen. Es solamente algo decorativo y publicitario sin ningún objetivo de consumo.

Las ventajas que aporta la presente invención sobre el estado de la técnica son las siguientes:

- 60 1) No es un motivo de decoración de cócteles de fruta sino que se ofrece publicidad en cubitos de hielo de forma tal que el anunciante fomenta la venta de su producto con su marca. En los casos de los fabricantes de cubitos de hielo, la marca es el garante de la calidad del agua con la que éstos se han fabricado
- 65 2) No son solo envases de agua a congelar en hogares sino que se consigue hielo elaborado con su marca para un consumo inmediato en restaurantes, bares y establecimientos donde se consumen bebidas con hielo.

ES 2 340 830 B1

- 3) Las cubiteras se sitúan en lugares poco visibles, debajo de los mostradores o sobre estanterías y, por lo tanto, su visión no alcanza la que permite identificar la marca en todos los lugares del establecimiento como es el caso de los cubitos hielo. La publicidad, de esta forma llega al público objetivo.
- 5 4) No es un molde para rellenar de agua con formas diversas en hogares sino que se trata de conseguir, mediante moldes, una publicidad que sirve para esponsorizar acontecimientos o eventos que tengan relación con el nombre de la marca que se publicita.
- 10 5) Las esculturas se realizan para crear impacto publicitario en acontecimientos pero su utilidad no sirve para el objetivo de enfriar las bebidas para consumo humano.

Todos estos elementos conjugados dan lugar a un resultado final en el que se aportan características diferenciadoras significativas frente al estado de la técnica actual.

15 Así, la presente invención está constituida a partir de cubitos de hielo que presentan en parte o en su totalidad la figuración de una marca o signo distintivo gráfica o tridimensional. La figuración tridimensional se efectúa mediante moldeado: los moldes con la marca, logotipo o dibujo a publicitar se elaboran en plástico u otro material idóneo. En éstos se introduce el agua para su congelación, quedando la marca, el logotipo o el dibujo, ya en relieve, ya hendidido, dependiendo de si el molde se coloca con la figuración en positivo o a la inversa. Así se consigue un triple objetivo: el primero es la esponsorización mediante el uso de los cubitos de hielo como motivos publicitarios en eventos, fiestas y acontecimientos. Un segundo objetivo es la publicidad que se da la marca en los cubitos de hielo servidos en la restauración, transmitiendo los valores o atributos de la marca al público objetivo final. El tercer objetivo se centra en la garantía que se ofrece a través de la marca de la calidad de la materia prima con la que se encuentran elaborados los cubitos de hielo.

En una realización diferente el soporte publicitario adiciona a las anteriores ventajas, la de poder ser elaborado mediante agua mezclada con colorante en su totalidad o parcialmente, consiguiéndose que el consumidor vea la marca publicitada en sus colores corporativos.

30 En otra realización distinta los cubitos de hielo una vez congelados se disponen en carriles sobre bandas móviles. En un punto concreto del curso de la banda el cubito es detenido. Un troquel en cuyo extremo porta la representación a plasmar en las caras de los cubitos se acerca a éstos con su extremo calentado a una temperatura por encima del punto de fusión del hielo. Junto al troquel se instala una boquilla aspiradora para que absorba el agua que sobre y no dañe, dado su temperatura, la figura representada. Así se realiza la hendidura con la forma de la marca, logotipo o dibujo en la superficie del hielo. Dicha representación o grabado en relieve se consigue calentando el extremo del troquel con la forma de la cara del cubo de hielo excepto la forma a representar y rebajando así la superficie del hielo al encontrarse el extremo del troquel a una temperatura superior al punto de fusión. Una boca aspiradora adjunta al troquel absorbe el agua que sobra.

40 En otra forma distinta y de la misma manera que se efectúa troqueles en relieve y hendididos se colocan dos hielos frente a frente efectuando, en uno de éstos el relieve y en el otro la hendidura. Ambos trozos de hielos se comprimen a una temperatura tal que se obtiene un cuerpo de hielo compuesto donde en su interior queda la marca, el logotipo o el dibujo.

45 Otra realización diferente es la sustitución del troquel por una punta de láser con o sin control numérico, que efectúe el mismo cometido que el troquel.

Distintamente dicha función la acomete un punzón, a modo de fresadora.

50 Alternativamente se acopla tanto al troquel como al láser como al punzón, un brazo robotizado para la articulación del proceso de grabado.

55 Para una mejor comprensión de esta memoria descriptiva, se acompaña de unos dibujos a modo de ejemplo no limitativo, que describen una realización preferida de la invención:

Figura 1.- Vista en alzado lateral de los moldes en positivo y negativo.

Figura 2.- Vista en perspectiva de los cubitos de hielo en relieve y hendididos.

En dichas figuras se destacan los siguientes elementos numerados:

- 1.- Cubitos de hielo
- 2.- Marca
- 3.- Molde con la figuración en negativo

ES 2 340 830 B1

4.- Molde con la figuración en positivo.

5.- Agua

5 6.- Cubito de hielo con marca en relieve

7.- Cubito de hielo con marca hendida

10 Una realización preferida de la invención está constituida a partir de cubitos de hielo (1) que presentan en parte o en su totalidad la figuración de una marca (2) o signo distintivo gráfica o tridimensional. La figuración tridimensional se efectúa mediante moldeado: los moldes (3 y 4) con la marca (2), logotipo o dibujo a publicitar se elaboran en plástico u otro material idóneo. En éstos se introduce el agua (5) para su congelación, quedando la marca (2), el logotipo o el dibujo, ya en relieve (6), ya hendido (7), dependiendo de si el molde (3 y 4) se coloca con la figuración en positivo (4) o a la inversa (3).

15

20

25

30

35

40

45

50

55

60

65

ES 2 340 830 B1

REIVINDICACIONES

- 5 1. Soporte publicitario en cubitos de hielo, **caracterizado** porque los cubitos de hielo (1) presentan una cavidad (8) en donde se representa la figuración de una marca (2) o signo distintivo.
2. Soporte publicitario en cubitos de hielo, según reivindicación 1, **caracterizado** porque la figuración de la marca en el cubo de hielo es tridimensional moldeándolo con la figura que represente el signo distintivo.
- 10 3. Soporte publicitario en cubitos de hielo según reivindicación 1 y 2, **caracterizado** porque la figuración de la marca en el cubo de hielo es parcial.
4. Soporte publicitario en cubitos de hielo según reivindicación 1 a 3, **caracterizado** porque la figuración de la marca es total.
- 15 5. Soporte publicitario en cubitos de hielo según reivindicación 1 a 4, **caracterizado** porque la figuración de la marca representa una configuración tridimensional.
- 20 6. Soporte publicitario en cubitos de hielo, según reivindicación 1 a 5, **caracterizado** porque la representación de la marca se troquela.
7. Soporte publicitario en cubitos de hielo, según reivindicación 1 a 6, **caracterizado** porque la representación de la marca se encuentra hendida en el cubito de hielo.
- 25 8. Soporte publicitario en cubitos de hielo, según reivindicación 1 a 7, **caracterizado** porque la representación de la marca se encuentra en relieve en el cubito de hielo.
- 30 9. Soporte publicitario en cubitos de hielo según reivindicación 6, **caracterizado** porque de la misma manera que se efectúan los troqueles en relieve y hendidos se colocan dos hielos frente a frente efectuando, en uno de éstos el relieve y en el otro la hendidura. Ambos trozos de hielos se comprimen a una temperatura tal que se obtiene un cuerpo de hielo compuesto donde en su interior queda la marca, el logotipo o el dibujo.
10. Soporte publicitario en cubitos de hielo según reivindicación 6, **caracterizado** porque el troquel se efectúa por una punta de láser.
- 35 11. Soporte publicitario en cubitos de hielo, según reivindicación,6, **caracterizado** porque dicha función la acomete un punzón, a modo de fresadora.
- 40 12. Soporte publicitario en cubitos de hielo, según reivindicación 1 a 5, **caracterizada** porque el agua que conforma el hielo se encuentra mezclada con un colorante.
13. Soporte publicitario en cubitos de hielo, según reivindicación 1 a 5, **caracterizada** porque el agua que conforma el hielo se encuentra mezclada con colorantes de diversos colores.

45

50

55

60

65

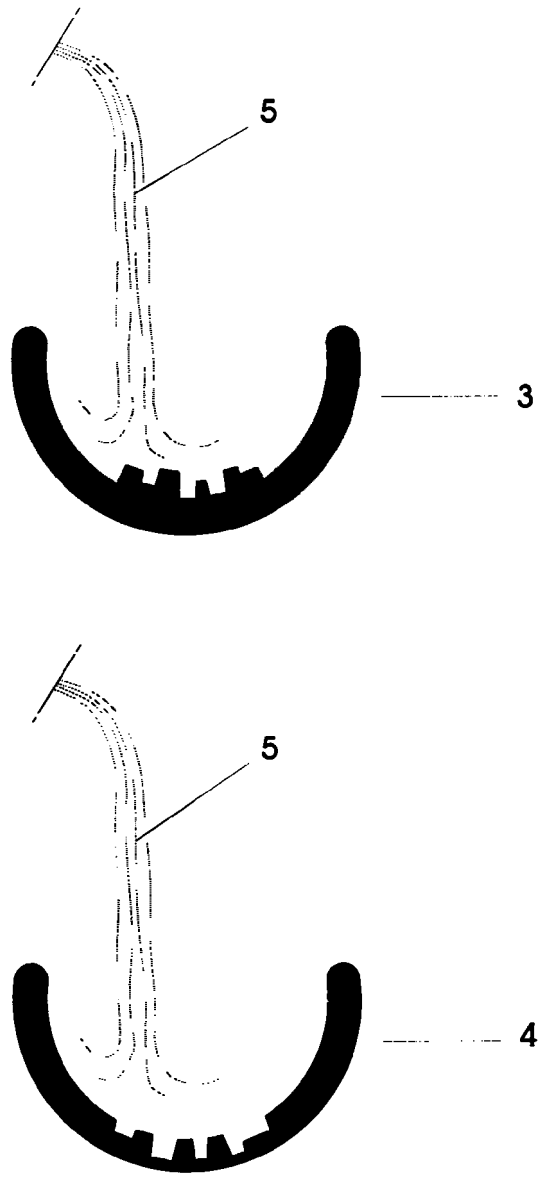


FIG. 1

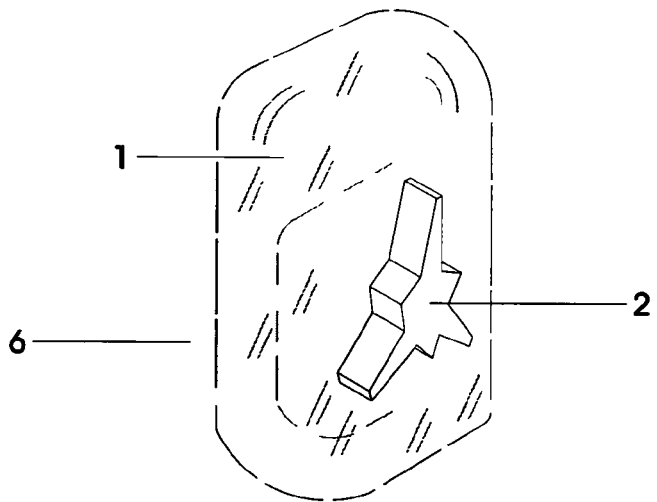
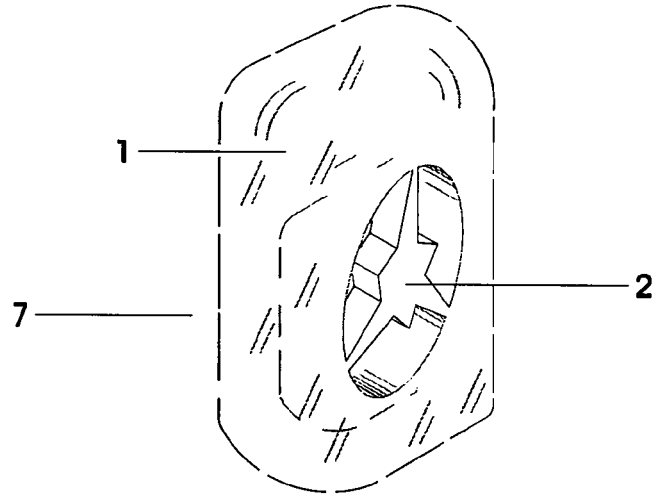


FIG. 2



OFICINA ESPAÑOLA DE
PATENTES Y MARCAS

ESPAÑA

① ES 2 340 830

② Nº de solicitud: 200901874

③ Fecha de presentación de la solicitud: 18.09.2009

④ Fecha de prioridad:

INFORME SOBRE EL ESTADO DE LA TÉCNICA

⑤ Int. Cl.: **G09F 23/00** (2006.01)
F25C 1/00 (2006.01)

DOCUMENTOS RELEVANTES

Categoría	⑥ Documentos citados	Reivindicaciones afectadas
X	FR 2303252 A1 (BOADA MICHEL) 01.10.1976, página 1, líneas 12-15.	1-8,10-13
X	ES 2104942 T3 (HOBELBERGER JOSEF) 16.10.1997, todo el documento.	1-13
X	DE 202006017599 U1 (GABOTEX VERTRIEB IMP PROVIDING) 18.01.2007, todo el documento & Resumen de la base de datos WPI, Semana 200725, Thomson Scientific, London, GB; número de acceso 2007-243234.	1-8,10-13
X	ES 1066817 U (GABOTEX VERTRIEB IMP PROVIDING) 16.03.2008, columna 1, líneas 3-43; columna 4, líneas 9-15.	1-13

Categoría de los documentos citados

X: de particular relevancia
Y: de particular relevancia combinado con otro/s de la misma categoría
A: refleja el estado de la técnica

O: referido a divulgación no escrita
P: publicado entre la fecha de prioridad y la de presentación de la solicitud
E: documento anterior, pero publicado después de la fecha de presentación de la solicitud

El presente informe ha sido realizado

para todas las reivindicaciones

para las reivindicaciones nº:

Fecha de realización del informe
24.05.2010

Examinador
B. López de Quintana Palacios

Página
1/4

Documentación mínima buscada (sistema de clasificación seguido de los símbolos de clasificación)

G09F, F25C

Bases de datos electrónicas consultadas durante la búsqueda (nombre de la base de datos y, si es posible, términos de búsqueda utilizados)

INVENES, EPODOC, WPI

Fecha de Realización de la Opinión Escrita: 24.05.2010

Declaración

Novedad (Art. 6.1 LP 11/1986)	Reivindicaciones	SÍ
	Reivindicaciones 1-13	NO
Actividad inventiva (Art. 8.1 LP 11/1986)	Reivindicaciones	SÍ
	Reivindicaciones 1-13	NO

Se considera que la solicitud cumple con el requisito de **aplicación industrial**. Este requisito fue evaluado durante la fase de examen formal y técnico de la solicitud (Artículo 31.2 Ley 11/1986).

Base de la Opinión:

La presente opinión se ha realizado sobre la base de la solicitud de patente tal y como ha sido publicada.

1. Documentos considerados:

A continuación se relacionan los documentos pertenecientes al estado de la técnica tomados en consideración para la realización de esta opinión.

Documento	Número Publicación o Identificación	Fecha Publicación
D01	FR 2303252 A1	01-10-1976
D02	ES 2104942 T3	16-10-1997
D03	DE 202006017599 U1	18-01-2007
D04	ES 1066817 U	16-03-2008

2. Declaración motivada según los artículos 29.6 y 29.7 del Reglamento de ejecución de la Ley 11/1986, de 20 de marzo, de patentes sobre la novedad y la actividad inventiva; citas y explicaciones en apoyo de esta declaración**1. Reivindicación 1.**

El documento D01 es el que se considera más próximo en el estado de la técnica al objeto técnico de la reivindicación 1. Dicho documento divulga (las referencias entre paréntesis pertenecen a dicho documento D01) un soporte publicitario en cubitos de hielo, pudiendo presentar los cubitos de hielo una cavidad con una inscripción publicitaria (página 1, líneas 12-15).

Asimismo, los documentos D02 (ver, de dicho documento, figura 2), D03 (ver resumen de WPI) y D04 (ver columna 1, líneas 41-44; columna 4, líneas 9-15) divulgan cubitos de hielo aptos para presentar logotipos o cualquier tipo de inscripción publicitaria.

Se concluye por tanto que el objeto de la reivindicación 1 carece de novedad (Art. 6 LP) y, consecuentemente, de actividad inventiva (Art. 8 LP).

2. Reivindicaciones 2-5,7,8,12-13.

Las reivindicaciones dependientes 2 a 5, 7, 8, 12 y 13 también carecen de novedad (Art. 6 LP) y, consecuentemente, de actividad inventiva (Art. 8 LP). Recogen características ya conocidas de los documentos anteriores, o que se derivan directamente y sin ningún equívoco de los mismos: que la figuración de la inscripción publicitaria sea total o parcial; que tenga una configuración tridimensional (ver D04, columna 1, líneas 41-44); que se encuentre hendida o en relieve (ver D01, línea 15); que el agua lleve colorantes (ver D01, líneas 12, 13).

3. Reivindicaciones 6,9-11.

Las reivindicaciones dependientes 6 y 9 a 11 definen el soporte publicitario en cubitos de hielo por su procedimiento de obtención. Las reivindicaciones de esta naturaleza carecen de novedad si en el estado de la técnica existe un producto sustancialmente idéntico, aun cuando no se divulgue su procedimiento de obtención (apartado 3.2.2 de las Directrices de Examen de Solicitudes de Patente de la OEPM). Como el soporte publicitario en cubitos de hielo de las reivindicaciones 1 a 5 es conocido en el estado de la técnica, las reivindicaciones 6, 9-11 carecen de novedad (Art. 6 LP) y, por tanto, de actividad inventiva (Art. 8 LP). En cualquier caso, los procedimientos de las reivindicaciones 6 y 9 son conocidos en el estado de la técnica (ver documento D02) y los procedimientos de las reivindicaciones 10 y 11 serían evidentes para un experto en la materia.