

(12) SOLICITUD INTERNACIONAL PUBLICADA EN VIRTUD DEL TRATADO DE COOPERACIÓN EN MATERIA DE PATENTES (PCT)

(19) Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
Oficina internacional



(10) Número de Publicación Internacional
WO 2012/172123 A1

(43) Fecha de publicación internacional
20 de diciembre de 2012 (20.12.2012) **WIPO | PCT**

- (51) Clasificación Internacional de Patentes:
F25D 3/08 (2006.01)
- (21) Número de la solicitud internacional:
PCT/ES2011/000212
- (22) Fecha de presentación internacional:
11 de junio de 2011 (11.06.2011)
- (25) Idioma de presentación: español
- (26) Idioma de publicación: español
- (72) Inventor; e
- (71) Solicitante : **LOPEZ-AROSTEGUI, SAENZ, Guillermo**
[ES/ES]; c/ zalbides auzoa,13, E-48610 Urduliz, Vizcaya (ES).
- (81) Estados designados (*a menos que se indique otra cosa, para toda clase de protección nacional admisible*): 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) Estados designados (*a menos que se indique otra cosa, para toda clase de protección regional admisible*):
ARIPO (BW, GH, GM, KE, LR, LS, MW, MZ, NA, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), euroasiática (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), europea (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, RS, SE, SI, SK, SM, TR), OAPI (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

Publicada:

— con informe de búsqueda internacional (Art. 21(3))

(54) Title: ARTIFICIAL ICE CUBE WITH ADVERTISING COMPONENT

(54) Título : CUBITO DE HIELO ARTIFICIAL CON ELEMENTO PUBLICITARIO

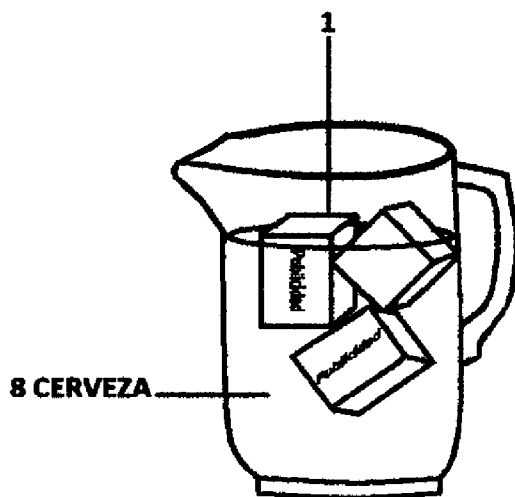


FIG 7

- 1 Advertising
8 Beer

(57) Abstract: Device for cooling beverages constituted by a small envelope or pouch containing a freezable liquid. The heat-sealed device is placed in the beverage when the liquid it contains is frozen such that it acts as an artificial ice cube. It cools the beverage without diluting the latter. In addition to the liquid, the device contains a laminar object that can support any type of graphic representation, be it text, drawing, logo or advertising, via any medium, such that said graphics are visible to the beverage consumer while the device is cooling the beverage. The cooling device may be produced in any shape, not only parallelepipedal but also star-shaped or in the form of a made-up shape. It is envisaged that the device may be produced in elongate form for direct insertion into the beverage bottle, without the use of a glass.

(57) Resumen: Dispositivo de enfriamiento de bebidas constituido por un sobre o bolsa de pequeño tamaño que contiene un líquido que se puede congelar. El dispositivo, cerrado por termosellado, se introduce en la bebida cuando el líquido interior está congelado, de manera que actúa como un cubito de hielo artificial; enfría la bebida sin diluirla. En el interior del dispositivo, además del líquido, se introduce un objeto laminar susceptible

[Continúa en la página siguiente]



WO 2012/172123 A1

de albergar cualquier tipo de representación gráfica, sea texto, dibujo, logotipo o publicidad por cualquier medio, de manera que dicho grafismo es visible para el consumidor de la bebida mientras el dispositivo está enfriándola. El dispositivo enfriador puede realizarse con cualquier forma, no solo paralelepípedica sino estrellada o de fantasía. Se prevé su realización en forma alargada para su introducción directa en la botella de bebida, sin utilización de vaso.

Cubito de hielo artificial con elemento publicitario

5

CAMPO TECNICO DE LA INVENCION

La invención es de aplicación en dos campos:

- 10 **a)La alimentación:** concretamente al del la aplicación de <hielos> a las bebidas de todo tipo(refrescos, copas, gazpacho, etc..), pero sobre todo y en exclusiva, por primera vez, el poder enfriar: cerveza, champán y vino, sidra. Se trata de enfriar las bebidas-consumiciones a través de <hielos>, pero en este caso en particular, de hielos muy específicos y especiales.
- 15 **b)publicitario:** porque habilita un nuevo espacio-marco publicitario; que va a suponer toda una revolución.
-Tanto una como la otra suponen una novedad a nivel mundial.

ESTADO DE LA TECNICA RELEVANTE

- 20 El hielo existente en el mercado -hasta el día de hoy- para enfriar las bebidas que son consumidas de inmediato tras su elaboración; son de formas y tamaños diversos: de figuras; con colorantes o cristalinos; pero todos ellos comparten un defecto de función-acción: que al entrar el "hielo-cubito existente" en contacto directo con la bebida a ingerir en cuestión, es inevitable
- 25 aguar el contenido de la bebida(el hielo pasa de estado sólido a liquido) con su correspondiente perdida de sabor, y posiblemente; la contaminación del consumidor por el mal estado del agua, o por <contaminación cruzada>.

- También se venden a granel; que al estar en contacto unos con otros, casi siempre se pegan entre si, y al golpearlos o punzarlos para despegarlos, se astillan; para finalmente terminar depositados en el vaso, recipiente o paladar.
- El mayor problema de estas bolsas grandes de hielos-cubitos radica en que
5 nunca pueden perder la cadena de frío, ocasionando un brutal gasto energético; y también no menos desdeñable, aportación a la contaminación.
- La "maquina de hacer hielos" elabora de forma eficaz hielos, pero se produce contaminación cruzada(al estar en contacto con el aire, pinzas, cubitera) y debido a que los hielos están en contacto unos con otros, se apelmazan; y
10 pueden incluso provocar que no funcione la maquina, por problemas técnicos.

VALORACION DEL ESTADO DE LA TECNICA

- Estos productos -descritos en el apartado anterior- bien asentados en el mercado; vienen aportando una solución eficaz, pero limitada; ya que no
15 ofrece una segura protección sanitaria.
- También al licuarse el "hielo tradicional" con la bebida, no es de aplicación para cierto tipo de bebida como la cerveza; champán; vino; sangría; etc..
 - Ambas conservan las mismas propiedades físicas.
 - En cuanto a estética ambas opciones comparten belleza y elegancia, pero
20 tiene mayor impacto visual la nueva a patentar, y mas funcionalidades.
 - El "sobre agua-hielo-publicitario-sellado-esterilizado-ensado" destaca por su colorido y versatilidad; que congelado o descongelado mantiene intacta la visibilidad del mismo, con una perfecta, atractiva y armoniosa adaptación, de la tira, objeto o pieza publicitaria.
 - 25 -De las diferencias mas notables destaca, que una es perecedera -al descongelarse y licuarse-; y la nueva invención se mantiene intacta, aun en descongelación, puesto que se mantiene de igual manera ensado.
 - También es reutilizable o reciclable.
 - El hielo tradicional puede coger olores de la <cámara frigorífica>.

EXPOSICION DE LA INVENCION

Se trata de la fabricación de un nuevo producto “agua-hielo publicitario en sobre sellado-esterilizado-ensvasado individualmente”.

Que se empleara para enfriar todo tipo de bebidas, que serán consumidas,
5 en el momento de su elaboración; y que a su vez pueda servir de cartel-
reclamo-anuncio publicitario.

Esto se resuelve bombeando dentro de una bolsita: agua; Y opcionalmente,
introduciendo dentro de la bolsita: publicidad.

10 -Este invento novedoso se fabricará en cuatro modalidades distintas,
independientemente de su tamaño, forma o color:

1)bolsita-envase de agua en estado liquido. (Puede ir con publicidad dentro).

2)bolsita-envase de agua en estado sólido. (Puede ir con publicidad dentro).

3)bolsita-envase de agua cuchara.(puede ir con publicidad dentro).

15 4)bolsita-envase de agua botella.(puede ir con publicidad dentro).

-Esto se consigue realizar a través de uno proceso singular de fabricación:

1-El agua(estado liquido) se envasa en vertical(modalidad sobre sellado tipo
almohada stick pack con 3 o 4 sello) en una bolsita; con un material de
20 empaque, tipo: termosellables tales como poliéster, polietileno, etc..

2-La esterilización(calor-chorro vapor-liquido químico) del primer envasado.

3-De nuevo otro proceso de envasado(flow pack en horizontal. al vacío, gas
25 inerte o similar), pero esta vez con otro tipo de envoltorio -similar al de las
chocolatinas-mas apropiado para mantenerlo aislado de agentes patógenos.

VENTAJAS DE LA INVENCION

La subsanación de las deficiencias que se aprecian en los actuales hielos, y la mejora que supone para el transporte y almacenaje del producto.

A)Higiénico-sanitario:

- 5 1- Por el contacto directo del hielo con el aire o con enseres:
Ej: pinzas; cubiteras; maquina de hielo; etc.
2- por el contacto directo del agua del hielo [que en la mayoría de los países del mundo es peligrosa; nociva; que alteran el sabor; y que están tratadas con productos químicos alterables] con la bebida a ingerir.

10

B)Logístico: los hielos actualmente existentes; en todo momento deben mantener la línea de congelación, por este motivo el transporte se encarece.

- C)Medio ambiental:** ya que hay veces que pierde la cadena de frío, bien por
15 problema eléctrico, bien por fallo mecánico; que finalmente todo el agua contenido en los cubitos-hielos tradicionales, se perderá-derramará por el suelo o algún fregadero.

- D)De forma:** al estar los hielos en contactos unos con otros se pegan y se
20 apelmazan; que al despegarlos se rompen en escamas-trocitos y pierden en muchos casos su forma original(también por la perdida de la línea de frío); Y que finalmente terminan en la bebida, y por extensión en el paladar.

- También resulta curioso que los "hielos bolsitas individuales" resultan más cómodos a la hora de ingerir las bebidas, porque aunque inclines el vaso, el
25 nuevo producto del invento nunca te toca-roza la comisura de los labios; debido a que la bolsita-plástico del invento tiene un mayor rozamiento con la superficie del vaso -y entre ellos mismos.

Además, a su vez; protegen de los incómodos cortes que suelen proferir el hielo tradicional que se deslizan mas rápidamente.

E) De producto: debido a la invención de dos nuevos productos que han surgido de la aplicabilidad de dos nuevas funciones practicas de uso:

- 1) "agua-hielo bolsita envasado esterilizado publicitario cuchara" que sirve al mismo de tiempo dy hielo como de cucharilla para revolver el contenido.
- 5 2) "agua-hielo bolsita envasado esterilizado publicitario botella" que sirve para ser introducido dentro de las botellas, por la boca o el cuello de la botella.

F) Publicitario: El hecho de incorporar opcionalmente en su interior un cartel, anuncio, objeto, etc..nos aporta una ventaja sustancial de este nuevo producto
10 que es la creación de un nuevo marco-espacio publicitario dinámico, directo, plástico y cercano; al alcance de millones de personas en todo el mundo.

- El "sobre de agua-hielo publicitario-sellado-esterilizado-ensvasado" en unidades; se fabricar, trasportar y almacenar en estado liquido.

15 -Existe la maquinaria precisa para fabricar este tipo de producto, solo habría que adaptarla a las nuevas exigencias técnicas, que demanda este invento.

-El coste o precio final del producto es baratísimo; debido a las materia prima utilizada, y porque se puede fabricar a gran escala en millones de unidades.

-Es preceptivo indicar que también puede ser fabricado; transportado y
20 almacenado en estado sólido(agua congelada) pero no es necesario.

este caso le dota de mayor elasticidad, ya que el envasado de un hielo sólido es mas adaptable y dúctil Que con la utilización de un plástico especializado, y a través del mismo o de otro mecanismo de envasado(al vacío) se consigue que aunque pierda la línea de congelado mantenga su

25 forma original.

EXPOSICION DE UN MODO DE REALIZACION DE LA INVENCION

Existen todo tipo de maquinaria para productos de la alimentación que harían muy fácil la fabricación del invento por ejemplo:

1ª fase(1fig2): Maquina envasadora automática para productos líquidos

5 Marca "Gusther", de envasado en vertical.

Soportan jornadas de producción de 24 horas al día los 365 días del año.

En cada línea de llenado se fabricarían un promedio de 18 a 24undxminuto.

2ª fase: Maquinas de esterilización capaces de adecuarse a las necesidades

10 de este nuevo producto: método físico; químico o térmico.

3ª fase(2fig1): tipo de envasado, por el sistema ["flow pack envolvente horizontal(hffs) de tres soldaduras que realiza un envase(2,fig1) tipo almohadilla con un nivel de prestaciones alto; marca "Ulma"]; vacío gas inerte.

15

NOTA: Para el caso, de envasar hielos con formas-figuras(6,fig5)

Se instalara previo a la 1ª fase, una maquina especial para fabricar hielos con formas de figuras(6)(objetos, letras, logotipos, etc..).

Esto se conseguiría acoplando a <la maquina de hacer hielos> un <bandeja

20 base> donde se pueda introducir-acoplar dentro del mismo, el molde(con la forma de figura(6) que desea el cliente reflejar-personalizar como producto publicitario-identificativos de la empresa) que albergará el diseño solicitado.

-El producto final será envasado en cajas.

-El destino final: comercios; hostelería; hoteles; medios de transporte; etc..

25 -La "bolsita de agua o hielo"(fig1) puede ser almacenada en cualquier sitio:

1) a temperatura ambiente. 2) en estado de congelación.

Se puede cortar el proceso de congelación cuantas veces se quiera; sin que por ello, se viera afectado el producto del invento(fig1,2).

Enfría de igual manera que el <hielo tradicional> que conocemos todos; con la diferencia de que hay que rasgar previamente el envoltorio(2) exterior y dejar caer a la bebida -deslizándose la “bolsita hielo publicitaria”(1,fig2); y que al poderse fabricar mas grandes de tamaño enfrían más(pierde menos superficie de contacto con el liquido de la bebida(efecto de 4,5 hielos unidos).

4ª fase: Al terminar la consumición del producto(5,6,7,fig2) se puede:

- 1- lavar y volver a reutilizar posteriormente cuantas veces se quiera.
Esta opción, es mas para hogares(uso privado).
- 10 2- guardar los envases(1) como los cascos de botellas, para su posterior recogida y vuelta a fabrica; que de nuevo serán puestos en circulación tras su correspondiente proceso de esterilización e higienización.
Esta opción es mas para clientes que consuman muchas unidades; para países con problemas de escasez de agua.
- 15 3- depositarlo en el recipiente para reciclaje de plásticos.

-Ejemplos prácticos de aplicabilidad de invento:

- 20 1-Estas de vacaciones en cualquier lugar del mundo en donde la calidad-salubridad del agua y las condiciones higiénico-sanitarias del país en cuestión, son deficitarias. Te encuentras; ó bien, en un restaurante-comedor-bar-pub; ó bien, en un hotel-hostal-residencia.
Y decides tomarte una copa(fig3,4,5) después de comer; para evitar contagios
- 25 y enfermedades solicitas que te sirvan la consumición con los hielos especiales “ice safe travel”(fig1)(nombre comercial del producto), o directamente el establecimiento te los proporciona en la bebida a consumir.

- 2-Estas en tu ciudad en una terraza o en chiringuito en la playa con unos amigos, y pedís una jarra de cerveza(fig7); obviamente la cerveza se calentará y os gustaría disfrutarla bien fría en todo momento; pero sin conocimiento previo del invento, observáis que el camarero os la sirve con una “bolsita hielo-agua”(fig2) “ice safe-travel-publicity”; con lo cual quedáis colmados en atenciones,”al matar dos pájaros de un tiro”; por un lado la de beber la consumición mas fría de lo habitual y mas continuado en el tiempo; y por otro lado con la publicidad(4) del invento os informáis de una discoteca de la zona, festival, hotel, un espectáculo, un concierto, bazar, etc..
- 5
- 10 3-Estas en tu casa y quieres disfrutar de un buen vaso de vino(fig3,5), pero la botella que vas a descorchar está a temperatura ambiente y hace un día de calor, vas al frigorífico coges uno ó más “Ice safe”(fig1,2) mantienes en todo momento controlado la temperatura del vaso(3,4,5), ya que si sintieras que la bebida esta demasiado fría, es muy sencillo sujetar el “agua-hielo(bolsa)-
- 15 envasado-esterilizado“(5,6,7fig2) y sacarlo del vaso(fig3,4,5,6,7), para volverlo a introducir cuando uno quiera; y a gozar.
- 4-Lo mismo pero con una botella(fig6) de agua, champán, vino, refresco, sidra que aunque la botella la sacas del frigorífico, te gusta disfrutarla bien fría y decides ponerle unos cuatro “Ice safe-bottle“(7): modelo de producto especial
- 20 en su forma alargada y estrecha que lo introduces dentro de la botella(fig6). La pones encima de la mesa junto a los invitado, y no habrá problema alguno con la velada; que seguiréis ociosos celebrando un buen día de elecciones.
- 5-Están unos jóvenes amigos un sábado y quieren pillar unos “litros”(bebida y alcohol) y compran además de la bebida los “hielo-agua-ensvasado-esterilizado
- 25 -publicitario-botella” y los “ice safe”(fig1) para formato vaso(fig3,4,5). Estos hielos “ice safe-publicity” llevan publicidad que al mismo tiempo les informa de: <Video juegos> y también de un mensaje institucional del departamento de sanidad y consumo donde aconseja el buen uso del alcohol, para que bebas con moderación, y que no caigas en la <violencia de genero>.

- 6-Coges la toalla y te vas a la playa; pero decides comprarte una botella de dos litros de agua en el supermercado para mas tarde comer con el pan, queso, tortilla, etc..; sabes que la botella de agua va a estar caliente, pero como también sabes que existe el "icesafebottle"(7), vas a la <maquina de hielos>"vending" y te compras tres por 0,30e+0,20e de la botella de agua: te ahorras 1,50 euros, de los 2 euros que te hubieran cobrado en cualquier otro sitio: comercio, tienda; bar, o establecimiento de hostelería. Pero además con la inmensa ventaja, que te la puedes beber(fig6,7)bien fría; cuando gustes.
- 5
- 10 7-Estoy harto de los típicos moldes para hacer hielo:
Cogen olores del frigorífico.
Ocupan mucho espacio en el congelador.
Se hace difícil soltarlos del recipiente-molde; tienes que golpearlos, y se terminan infectando por la <contaminan cruzada>.
- 15 Me entero en el supermercado que existen los hielos "ICE SAFE"; y los compro inmediatamente, por sus prestaciones y por curiosidad.
Efectivamente exclamo: ¡maravilloso! ; que prácticos y necesarios.

REINVINDICACIONES

- AGUA-HIELO CON PUBLICIDAD EN SU INTERIOR DENTRO DE UN <SOBRE>
SOLDADO CON DOS, TRES CUATRO SELLOS(FIG2) QUE SEGUIDO SÉ
5 ESTERILIZARÁ, PARA FINALMENTE SER ENVASADO-POR UNIDADES-, CON UN
SEGUNDO ENVOLTORIO(2,fig1).
EL PRODUCTO EN SÍ DEL INVENTO(5,6,7,FIG2) TIENE LA PECULIARIDAD DE QUE
SIEMPRE SERÁ INTRODUCIDO EN EL INTERIOR DE LA BEBIDA(ALIMENTO EN EL
CASO DE PRODUCTOS COMO EL <GAZPACHO>) PARA ENFRIARLAS.
10 Y TAMBIÉN, COMO EXCLUSIVIDAD A NIVEL MUNDIAL: PODER ENFRIAR BEBIDAS
TALES COMO CERVEZA, CHAMPAN, VINO Y SIDRA; QUE HASTA LA FECHA DE HOY
EN DÍA, NUNCA HABÍA SIDO POSIBLE EL APLICARLES HIELOS.
-Además, como es lógico, también sirve para enfriar las demás bebidas
existentes en el mercado(agua, refrescos, copas de alcohol, gazpacho, etc.)
15 que van a ser consumidas después de ser servidas.
Este "hielo especial no licua el contenido de las bebidas.

PARTE CARACTERIZADORA

- 1^a)** La primera novedad la constituye el producto en si: la fabricación de un
sobre sellado(5,6,7fig2) tipo almohada stick pack con tres o cuatro sellos; que
20 en su interior contiene agua -en estado sólido o líquido- y publicidad; que a
continuación se esteriliza; para posteriormente envasarse, cada unidad de
producto, con un segundo envoltorio-envase(2) similar al de una chocolatina.
De éste modo se garantiza un producto inocuo.
El material de la publicidad que va a ser introducido dentro de el sobre; es
25 preferible que sea de plástico, por su buena conservación y porque intensifica
los colores. Puede ser una tira, cartel, lamina, fotografía, pieza, objeto; o
serigrafiado(4) por la cara interior del envase primero(1).
En el caso que lo admitida, es mejor que la tira publicitaria(4) quede
adherida a los bordes del envase primero(1), aprovechando la soldadura del
30 sellado del sobre, y así de este modo consigues que se mantenga estirado.

-El sobre(1,fig2) está compuesta de un tipo de material de empaque como el de los <termosellables> tales como poliéster, polietileno o similares.

El sistema a utilizar, de este primer envasado del contenido del producto; puede ser el de <sobre sellado tipo almohada stick pack con dos, tres o cuatro

5 sellos.

-Además con la peculiaridad; que después de fabricarse el producto principal del invento; se esterilizará (método físico: vapor, filtración de soluciones, etc..) el producto(sobre); y finalmente se envasará en un segundo envoltorio (2), que puede ser de otro material como el del envoltorio de una chocolatina.

10 También puede ser utilizado otro sistema de envasado: al vacío; al vacío con gas inerte; o por el sistema [“flow pack envolvente horizontal (hffs) de tres soldaduras que realiza un envase tipo almohadilla con nivel de prestaciones alto; marca“Ulma<modelo atlanta>“.

15 -Se pueden fabricar de todas las formas, tamaños y colores posibles(fig2).

-Este nuevo producto se comporta de igual manera -en cuanto a sus propiedades físicas- que un “hielo normal”; pero incluso al poderse fabricar de mayor tamaño , se consigue mantener mas el frío, debido a que tiene

20 menor superficie de contacto con la bebida a ingerir ya que un “hielo bolsita” puede sustituir a 3,4,5; y además la bolsa hace que se mantenga el hielo unido- contenido dentro de la misma- con lo cual es mejor.

El producto final(5,6,7,fig2) se puede a copilar de dos maneras diferentes:

25 a) puede ser empaquetado cada unidad en un solo envoltorio(2)

Esta opción es mas para establecimientos y lugares públicos.

b)puede ser empaquetado: mas unidades(fig2) en un solo envoltorio(2).

Esta opción es mas para particulares que van a utilizarlo dentro de su hogar.

- 2ª) NOTA:** En lugar de envasar agua en estado líquido también se puede envasar agua en estado sólido, esta opción es para cuando se quiere personalizar el “hielo-agua-publicitario en sobre sellado, esterilizado y envasado” con formas-figuras(6,fig5), logotipos de empresa, letras, etc..
- 5 Es indicado para fechas señaladas: conmemoraciones, celebraciones, fiestas...
-Para realizar este producto se pueden emplear dos mecanismos distintos:
- a) Fabricación en hielo:** una maquina de hacer hielos que se instalara al principio(previo) de la cadena(1ªfase) de producción, para fabricar hielos con formas de figuras(6), letras, logotipo, etc..
- 10 Esto se consigue adaptando a <la maquina de hacer hielos> un <bandeja base> donde se pueda introducir-acoplar, dentro del mismo, un molde con la forma solicitada por el cliente(6)(multiplicada en varias replicas-líneas) para fabricar en grandes tiradas-cantidades.
- b) Fabricación en agua(en estado líquido):** sería el mismo método que él ya
- 15 reflejado en la memoria descriptiva, pero previamente se dispondrá, del envase ya configurado en la forma-figura que corresponda.
Éste tipo de plástico se puede moldear con la acción de acoplamiento-estiramiento-presión de un plástico específico sobre un molde determinado; que al aplicarle calor o estiramiento extremo, se estabilice, adoptando una
- 20 textura rígida que preserve la figura-objeto, que deseemos reflejar.
Es obvio constatar que esta <acción del plástico>, en cuestión; se realiza siempre sobre un molde -que representa fielmente la figura u objeto seleccionado-, y que con anterioridad se ha elaborado para tal fin.
Una vez conseguido el envase con la forma-figura correspondiente se
- 25 incorporará sobre una cinta , que lo conducirá debajo de las bombas-pistón de llenado del agua, que después se sellarán y continuarán el mismo proceso de fabricación; ya descrito al principio de esta memoria.

-Las novedades en cuanto a su funcionalidad y utilidad son extraordinarias:

3º) a) como producto estrella, y por primera vez en el mundo; el poder enfriar con hielo, bebidas tales como: cerveza, champán, vino, sangría, sin que por ello se vea afectado en lo más mínimo el contenido de la misma bebida, a
5 ingerir; debido a que el producto "agua-hielo publicitario en sobre sellado-esterilizado-ensado individualmente"(5,6,7,fig2) no licua, de ninguna manera la bebida, ya que en todo momento el agua(3) contenido en la bolsita(1) no entra en contacto con la bebida.

Y nos proporciona un placer inmenso poder degustarla bien fresca de una
10 manera tan cómoda, servicial y sencilla.

b) la de servir para campañas publicitarias, como un producto nuevo de marketing, como souvenir que incrementaría las ventas de otros productos.

4ª) c) la creación de un nuevo marco-espacio publicitario(4fig3,4,5,6,7) original y creativo; con todas las ventajas y posibilidades que esto supone
15 para el sector, y al fin y al apstre para el ciudadano; ya que se trata de un concepto de publicidad directa ,cercana, plástica, divertida,eficaz y muy visual.

5ª) d) es un producto que se fabrica, trasporta y almacena a <temperatura ambiente>, sin necesidad de mantener una línea de congelación.

20 REINVINDICACIÓN DEPENDIENTE

-La adaptación exclusiva del producto para una nuevas funciones:

6ª) a) Nombre comercial "ice safe-spoon"(5): "bolsita de agua(cubito de hielo) publicitaria esterilizada y envasada"(5) que sustituye a una cucharilla"; que tiene una forma alargada y estrecha, con una longitud ligeramente superior, a
25 la largura del recipiente-vaso(fig4) donde va a ser servida la bebida.

Para este caso, del "agua-hielo-cuchara"(5,fig4)) se dejara intencionadamente un reborde saliente de unos 15milímetros para que sirva de sujeción.

- 7^a)b)** Nombre comercial "ice safe-bottle"(7): este producto se fabrica de una manera muy específica en cuanto a forma y longitud: tan estrecho como el cuello de cualquier botella para que pueda pasar por él, y tan largo como por ejemplo tres cuartos de la longitud de una botella(fig6)(cristal o plástico).
- 5 Las ventajas primordiales mas notables de este "Ice safe-bottle"(7) son:
- a-Que de este modo te ahorras el tener que introducir hielo alguno, dentro del vaso(fig3,4,5) donde vayas-áis a beber la consumición.
 - b-Poder beber una bebida(bien fría) directamente de la botella(fig6).
- 10 La comercialización del "Ice safe-publicity"(fig2) consolidará en el mercado un producto nuevo para cubrir una demanda social existente, con la finalidad de subsanar situaciones que hasta la fecha no han sido resueltas por ningún otro producto conocido; para tal fin.
- 15 -De esta manera, con este producto, conseguimos de una forma eficaz y sencilla abrir cuatro nuevas vías de desarrollo comercial:
- A)Como producto estrella y por primera vez en el mundo: el poder enfriar con hielo(5,6,7) bebidas tales como cerveza, vino, champán y sangría de
- 20 manera rápida y continuada en el tiempo, cuantas veces se quiera, ya que esta nueva bolsita de hielo-agua publicitaria esterilizada y envasada(5,6,7,fig2) no licua la bebida en agua, pues al deshielarse el agua(3) se mantiene estanco dentro del interior de la bolsa(1).
- Hasta ahora una vez servida esta bebida en el vaso(fig3,4,5) no había
- 25 manera de volver a enfriarla; ya que son bebidas que suministrándoles los hielos-cubitos tradicionales, echarían a perder la consumición, porque no saben bien: cuando el agua del hielo que se va descongelando y se diluye con el resto de la consumición-bebida.

8^a)B) Poder consumir (cuales quieran que sean la bebidas preparadas para su consumo inmediato) en cualquier lugar del mundo; sin contagiarte de ninguna bacteria o agente patógeno provocada por la ingesta del agua diluida del hielo (actualmente existente sin protección) en la bebida consumida.

- 5 Supone un gran avance social y un gran salto cualitativo, en cuanto a la protección sanitaria-mundial de los alimentos.

C) Un nuevo soporte publicitario(4,fig2) original y creativo, en el que poder llegar a la casi totalidad de la población mundial; de una manera directa,

- 10 eficaz, plástica, y ecológica.

9^a)D) Es un producto(5,6,7,fig2) reutilizable y reciclable. Hasta el día de hoy, esto era impensable; debido a la volatilidad con que el <hielo tradicional existente>, sucumbe.

- 15 El nuevo "bolsita de agua(cubito de hielo)siempre mantiene su forma original. La fecha de caducidad del invento esta sin determinar todavía, pero será la de un plazo mas bien amplio; ya que se trata de un producto nada nocivo: por su contenido, y por los materiales utilizados para su fabricación.

- 20 **10^a)** Nombres comerciales: "Ice safe", "Ice safe-publicity", "Ice safe-spoon", "Ice safe-bottle", "Ice safe-travel(5,6,7,fig1,2).

La fabricación industrial sería a escala mundial; haciendo de este producto imprescindible por su gran utilidad y versatilidad, para cualquier individuo que

25 habite el planeta tierra; sin hacer distingo alguno, ni de raza, credo, edad, sexo o condición social.

-La fabricación del invento(fig1,2) sale muy económico, debido a su bajo coste en cuanto a materia prima y en cuanto proceso de fabricación.

-Se fabrica, transporta y almacena en estado líquido; esto nos da una ventaja sustancial; en cuanto ahorro energético, medio ambiental y factor estratégico. La "bolsita esterilizada de agua líquida (<cubito de hielo>" con publicidad en su interior y envasado"(5,6,7,fig1,2) se puede almacenar en cajas a temperatura ambiente; sin que por ello pierda sus cualidades, sea perecedero o cambie de forma.

En cualquiera de los casos; cuando sea menester o conveniente, se puede congelar o descongelar cuantas veces se quisiera, o requiera la ocasión.

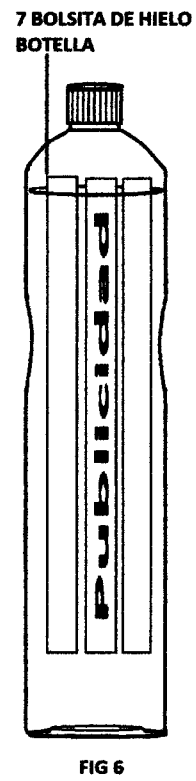
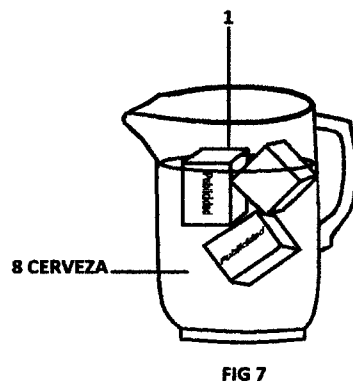
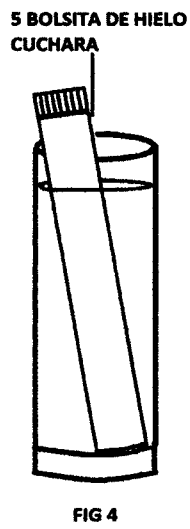
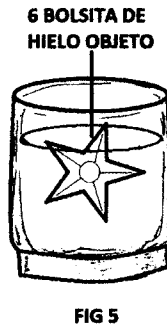
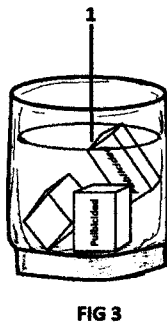
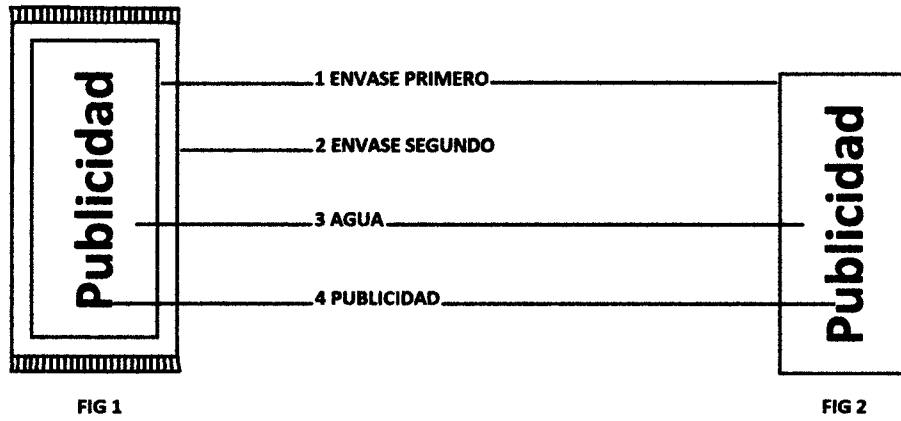
10 -Una de las claves más importantes para la introducción de este nuevo producto; es debido, a que pueden coexistir a la perfección, con las ya existentes en el mercado; puesto que cubren necesidades diferentes.

-Los lugares y situaciones idóneas, para consumir este producto(5,6,7,fig1,2) y hacerse imprescindible, son muchas: establecimientos de hostelería; festivales-fiestas; ferias; congresos; medios de transporte(aviones-barcos-trenes); vivienda; etc..

-El cartel-lamina-tira publicitario(4) -preferiblemente de plástico- que se introduce dentro de la bolsita de agua, puede estar sujeto a los extremos de la bolsita; que aprovechando el sellado del primer envasado; que con el mismo calor pega los dos plásticos(el del producto y el publicitario) al mismo tiempo. También puede ir la publicidad serigrafiada por la cara interior del sobre(1).

25 Para que el envase perpetúe -al descongelarse- su imagen inicial, puede que sea necesario utilizar otro tipo de plástico y, quizá, otro tipo de envasado: por estiramiento, calor o molde para ayudar a que se mantenga estable-rígido.

DIBUJOS



INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.
PCT/ES2011/000212

A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER

F25D3/08 (2006.01)

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)

F25D

Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched

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

EPODOC, INVENES

C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
X	US 5603219 A (KOLB) 18/02/1997, column 2, line 60 - column 4, line 27; figures 1-5	1
X	US 6058735 A (NATHAN) 09/05/2000, Abstract; figures 1-10	1
X	US 4325230 A (DRISCOLL ET AL.) 20/04/1982, column 1, line 56 - column 2, line 43; figures	1
A	ES 1060131 U (PÉREZ ESTEBAN) 16/07/2005, column 2, lines 26-36; figures	1
A	DE 202004002823 U1 (GABOTEX) 03/06/2004, Figures; abstract from DataBase EPODOC, retrieved of EPOQUE	1

Further documents are listed in the continuation of Box C.

See patent family annex.

<p>* Special categories of cited documents:</p> <p>"A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance.</p> <p>"E" earlier document but published on or after the international filing date</p> <p>"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)</p> <p>"O" document referring to an oral disclosure use, exhibition, or other means.</p> <p>"P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed</p>	<p>"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</p> <p>"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</p> <p>"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 documents, such combination being obvious to a person skilled in the art</p> <p>"&" document member of the same patent family</p>
--	--

Date of the actual completion of the international search
20/02/2012

Date of mailing of the international search report
(06/03/2012)

Name and mailing address of the ISA/

OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS
Paseo de la Castellana, 75 - 28071 Madrid (España)
Facsimile No.: 91 349 53 04

Authorized officer
F. Monge Zamorano

Telephone No. 91 3495541

INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.
PCT/ES2011/000212

C (continuation).		DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT
Category *	Citation of documents, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
A	FR 2625552 A1 (DRESSLER) 07/07/1989, claims 1-4; figures	1

INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.

Information on patent family members

PCT/ES2011/000212

Patent document cited in the search report	Publication date	Patent family member(s)	Publication date
US5603219 A	18.02.1997	DE29501916 U	30.03.1995
----- US6058735 A	----- 09.05.2000	----- NONE	-----
----- US4325230 A	----- 20.04.1982	----- NONE	-----
----- ES1060131	----- 01.11.2005	----- NONE	-----
----- DE202004002823 U	----- 29.04.2004	----- NONE	-----
----- FR2625552 A	----- 07.07.1989	----- NONE	-----
-----	-----	-----	-----

INFORME DE BÚSQUEDA INTERNACIONAL

Solicitud internacional nº
PCT/ES2011/000212

A. CLASIFICACIÓN DEL OBJETO DE LA SOLICITUD
F25D3/08 (2006.01)

De acuerdo con la Clasificación Internacional de Patentes (CIP) o según la clasificación nacional y CIP.

B. SECTORES COMPRENDIDOS POR LA BÚSQUEDA

Documentación mínima buscada (sistema de clasificación seguido de los símbolos de clasificación)
F25D

Otra documentación consultada, además de la documentación mínima, en la medida en que tales documentos formen parte de los sectores comprendidos por la búsqueda

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

EPODOC, INVENES

C. DOCUMENTOS CONSIDERADOS RELEVANTES

Categoría*	Documentos citados, con indicación, si procede, de las partes relevantes	Relevante para las reivindicaciones nº
X	US 5603219 A (KOLB) 18/02/1997, Columna 2, línea 60 - columna 4, línea 27; figuras 1-5	1
X	US 6058735 A (NATHAN) 09/05/2000, Resumen; figuras 1-10	1
X	US 4325230 A (DRISCOLL ET AL.) 20/04/1982, Columna 1, línea 56 - columna 2, línea 43; figuras	1
A	ES 1060131 U (PÉREZ ESTEBAN) 16/07/2005, Columna 2, líneas 26-36; figuras	1
A	DE 202004002823 U1 (GABOTEX) 03/06/2004, Figuras; resumen de la base de datos EPODOC, recuperado de EPOQUE	1

En la continuación del recuadro C se relacionan otros documentos Los documentos de familias de patentes se indican en el anexo

* Categorías especiales de documentos citados:	"T" documento ulterior publicado con posterioridad a la fecha de presentación internacional o de prioridad que no pertenece al estado de la técnica pertinente pero que se cita por permitir la comprensión del principio o teoría que constituye la base de la invención.
"A" documento que define el estado general de la técnica no considerado como particularmente relevante.	"X" documento particularmente relevante; la invención reivindicada no puede considerarse nueva o que implique una actividad inventiva por referencia al documento aisladamente considerado.
"E" solicitud de patente o patente anterior pero publicada en la fecha de presentación internacional o en fecha posterior.	"Y" documento particularmente relevante; la invención reivindicada no puede considerarse que implique una actividad inventiva cuando el documento se asocia a otro u otros documentos de la misma naturaleza, cuya combinación resulta evidente para un experto en la materia.
"L" documento que puede plantear dudas sobre una reivindicación de prioridad o que se cita para determinar la fecha de publicación de otra cita o por una razón especial (como la indicada).	"&" documento que forma parte de la misma familia de patentes.
"O" documento que se refiere a una divulgación oral, a una utilización, a una exposición o a cualquier otro medio.	
"P" documento publicado antes de la fecha de presentación internacional pero con posterioridad a la fecha de prioridad reivindicada.	

Fecha en que se ha concluido efectivamente la búsqueda internacional.
20/02/2012

Fecha de expedición del informe de búsqueda internacional.
06 de marzo de 2012 (06/03/2012)

Nombre y dirección postal de la Administración encargada de la búsqueda internacional
OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS
Paseo de la Castellana, 75 - 28071 Madrid (España)
Nº de fax: 91 349 53 04

Funcionario autorizado
F. Monge Zamorano
Nº de teléfono 91 3495541

INFORME DE BÚSQUEDA INTERNACIONAL

Solicitud internacional n°

PCT/ES2011/000212

C (Continuación).		DOCUMENTOS CONSIDERADOS RELEVANTES
Categoría *	Documentos citados, con indicación, si procede, de las partes relevantes	Relevante para las reivindicaciones n°
A	FR 2625552 A1 (DRESSLER) 07/07/1989, Reivindicaciones 1-4; figuras	1

INFORME DE BÚSQUEDA INTERNACIONAL

Solicitud internacional nº

Informaciones relativas a los miembros de familias de patentes

PCT/ES2011/000212

Documento de patente citado en el informe de búsqueda	Fecha de Publicación	Miembro(s) de la familia de patentes	Fecha de Publicación
US5603219 A	18.02.1997	DE29501916 U	30.03.1995
-----	-----	-----	-----
US6058735 A	09.05.2000	NINGUNO	
-----	-----	-----	-----
US4325230 A	20.04.1982	NINGUNO	
-----	-----	-----	-----
ES1060131	01.11.2005	NINGUNO	
-----	-----	-----	-----
DE202004002823 U	29.04.2004	NINGUNO	
-----	-----	-----	-----
FR2625552 A	07.07.1989	NINGUNO	
-----	-----	-----	-----