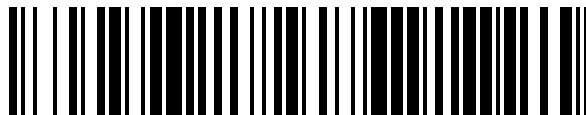


19



OFICINA ESPAÑOLA DE
PATENTES Y MARCAS

ESPAÑA



11 Número de publicación: **1 151 108**

21 Número de solicitud: 201630084

51 Int. Cl.:

G09F 3/02

(2006.01)

12

SOLICITUD DE MODELO DE UTILIDAD

U

22 Fecha de presentación:

26.01.2016

43 Fecha de publicación de la solicitud:

22.02.2016

71 Solicitantes:

**MONASTERIO HORMAECHEA , Aitor (50.0%)
BELIANES, 14 LOCAL
28043 MADRID ES y
VISHAL, Viroomal Lalchandani (50.0%)**

72 Inventor/es:

**MONASTERIO HORMAECHEA , Aitor y
VISHAL, Viroomal Lalchandani**

74 Agente/Representante:

BAÑOS TRECEÑO, Valentin

54 Título: **ETIQUETA DE PRECIO MEJORADA**

ES 1 151 108 U

ETIQUETA DE PRECIO MEJORADA

DESCRIPCIÓN

Etiqueta de precio mejorada.

5

OBJETO DE LA INVENCION

La presente memoria descriptiva define una etiqueta de precio mejorada, la cual es imprimible de acuerdo con los medios convencionales, al igual que puede ser autoadhesiva o fijada a un producto por medio de otros elementos de unión, que
10 presenta la innovación de incluir un precio regresivo variable, de manera que la etiqueta es capaz de mostrar una información actualizada dependiendo de los parámetros que se hayan predefinido en ella y teniendo en cuenta la fecha de vencimiento o de caducidad. En este sentido, la presente invención va destinada al sector minorista de venta de productos perecederos, y más en concreto al sector de
15 los productos de alimentación.

ANTECEDENTES

Las etiquetas son elementos comunes que cualquier usuario o comprador se encuentran en la práctica totalidad de los productos del mercado. En sí, tal como es
20 conocido por el público en general, una etiqueta es una señal, rótulo o marbete, conformado por un pedazo de papel, cartulina u otro material parecido que se pega o sujeta sobre un producto para indicar lo que es, lo que contiene u otra información relacionada con ella, con el objetivo de identificar, clasificar o valorar dicho producto.

25 Estos elementos, como es lógico, han evolucionado de las simples cartulinas en las que se marcaba o rotulaba un precio y un nombre a elementos más sofisticados. En este sentido hay una múltiple variedad de etiquetas que incorporan elementos que mejoran la identificación y caracterización de los productos, como por ejemplo el registro ES1078830U de Sergio Ramírez que incorpora en una etiqueta un código
30 de identificación QR; registros que incorporan a etiquetas dispositivos RFID, como

por ejemplo el registro ES2395856 de Textilma AG; etiquetas que incorporan datos en relieve, como por ejemplo el registro ES2357281 de Luca Radice; etiquetas electrónicas para el marcado de productos, como por ejemplo el registro ES2336739 de la Asociación de investigación de la Industria Textil; o diferentes etiquetas adherentes que incorporan códigos de barras, como el registro ES2347856 de Dipercap Inversiones, el registro ES2244812 de Oud Kinegram, o el registro PCT/IB2007/003824 de Camhi Alcalay; o etiquetas que se fijan a un producto y que muestran información del mismo, como los registros PCT/ES1999/000299 de Anselmo Valle y su etiqueta recordatoria, el registro ES1059712U de Adhesivos del Segura y su etiqueta con múltiples capas con información en cada una de ellas; o el registro ES1023837U de Bri Production y su etiqueta para prendas de vestir con una lámina que incluye una superficie exterior de muestra de información.

No cabe duda que los anteriores registros muestran y detallan etiquetas que mejoran las tradicionales etiquetas de los productos, pero en ninguno de estos registros anteriores y ninguna etiqueta que se conozca en el mercado actual presenta una mejora que permita presentar una información detallada de la variación de un precio de un producto dependiente de la fecha en que el usuario pretende adquirir dicho producto. Esta problemática de la fijación de precios es cada vez más un arma estratégica para competir en mercados internacionales, dado que el precio es la variable que más rápidamente influye en los resultados de posicionamiento de un producto en el mercado. A pesar de que es un problema al que se enfrentan en la práctica totalidad de los sectores comerciales, esta problemática es más acuciante en el sector de la alimentación, en la cual hay una fecha de caducidad de producto y el usuario no tiene la disponibilidad de analizar la conveniencia o no de la adquisición de dicho producto.

Por esta razón no hay dudas en destacar que la presente invención introduce en el sector de la venta de productos, principalmente del sector minorista, y en particular en el sector de la alimentación, una solución totalmente versátil e innovadora por la que una etiqueta de producto deja de dar una información fijada e inalterable y presenta una información variable y regresiva ligada a la fecha de adquisición de dicho producto. Las ventajas que se consiguen con la presente innovación son evidentes dado que se optimiza la gestión del stock del producto, se racionaliza el

proceso de compra por parte del cliente, se disminuye el descenso en la merma debido a la caducidad del producto, se puede ajustar la producción en función de la demanda real, se favorece a las economías domésticas más necesitadas, se ahorran costes de producción y en definitiva permiten aplicar criterios de sensatez y sostenibilidad a los procesos productivos y de compra-venta de productos.

DESCRIPCIÓN DEL INVENTO

La presente invención define una etiqueta que muestra información de un producto, formada por dos capas, una inferior que sirve de base y otra superior imprimible, estando dicha capa superior dividida en dos áreas o zonas independientes, formando dichas capas y áreas una continuidad, de tal manera que conforman la estructura de una etiqueta convencional.

En este sentido la capa inferior permite ser de un material adherente, de tal manera que aparte de servir de base, esta zona pueda quedar fijada o adherida a la superficie o envoltorio del producto que se pretende comercializar, mientras que la capa superior puede ser de un material de naturaleza plástica o de pasta de celulosa. Cabe la posibilidad que la cara inferior sea del mismo material que la cara superior, en este caso la fijación con el producto es mediante un enganche.

La capa superior, tal como se ha adelantado, está conformada por dos áreas diferenciadas, de tal manera que una vista frontal de la cara exterior de dicha capa permite observar lo que ha sido insertado mediante impresión en ella. Hay un área principal en la que se incluye toda representación o información básica del producto y de la trazabilidad, pudiendo ser desde certificados oficiales, códigos de barras, códigos identificativos, logotipos, direcciones, advertencias de consumo o toda aquella información adicional o pertinente que no es en ningún caso elemento característico de la presente etiqueta y que es una información fijada y no variable; mientras que en la segunda zona o área de dicha cara superior, en una superficie regulable e imprimible que da continuidad a la superficie exterior de la cara superior y pudiendo tener cualquier tipo de formato, se incluye una relación de precios predefinida de antemano que permite la variación de dicho precio conforme la fecha de consumo se acerca a la fecha de vencimiento o caducidad del producto,

en los que se diferencian tres sectores principales, pudiendo generarse un conjunto de subsectores en disposición de matriz, destinados a insertar datos como son el descuento a aplicar, la caducidad o plazo de compra relativo a cada descuento, y el precio de dicho producto, de tal manera que el sector destinado al precio final está
 5 ligado a dos variables previamente preestablecidas y relacionadas entre ellas. Dichos sectores y toda representación que en ellos esté insertada estará protegida de tal manera que la superficie externa de la cara superior de la etiqueta tiene continuidad y no requiere de resaltes o presenta muesca alguna.

La regulación de las variables insertables en cada uno de los sectores, y de manera
 10 correspondiente en cada uno de sus respectivos subsectores, está supeditada a decisiones tomadas para cada producto por parte del comerciante o usuario de la etiqueta, siendo fundamentadas dichas etiquetas en los conocimientos y experiencia sobre los ciclos de venta de cada producto, su carencia de uso y los hábitos de compra de su mercado objetivo. De esta manera el vendedor predefine a la decisión
 15 habitual ejecutada en cualquiera de las etiquetas existentes en la actualidad, es decir el precio por unidad de consumo, las dos variables fundamentales anteriormente descritas.

Para completar la descripción que se está realizando y con objeto de ayudar a una mejor comprensión de las características del invento, se acompaña como parte
 20 integrante de la misma un juego de dibujos en donde, con carácter ilustrativo y no limitativo, se ha representado lo siguiente:

La Figura 1 es una representación frontal de la cara superior de la etiqueta.

La Figura 2 es una representación de una sección de la etiqueta.

Descripción de los dibujos

25 La Figura 1 representa la vista frontal de una etiqueta (1) tipo objeto de la presente descripción, en la que se puede observar la capa superior (2) y todos los elementos que incorpora. Esta capa superior (2) está integrada por dos áreas diferenciadas, en la que destacamos el área regulable (3) e imprimible que da continuidad a la superficie exterior (no referenciada en la Fig.1) de la capa superior (2). En el área
 30 principal de esta capa superior (2) podemos encontrar cualquier tipo de impresión,

que va desde toda aquella información (20) del producto incluyendo logotipos, legislación, lote de trazabilidad, advertencias de consumo, eslóganes o cualquier otro tipo de representación; pudiéndonos encontrar también un código QR (21) y un código de barras (22), lo cual es común a las etiquetas convencionales.

- 5 Dependiendo del diseño y forma de la etiqueta estos elementos pueden ubicarse en diferentes localizaciones de la presente capa superior (2). Por otro lado, el área regulable (3) e imprimible, el cual es la base de la presente innovación, está constituida por tres sectores (30, 31 y 32), pudiendo generarse un conjunto de subsectores (301, 301', ..., 311, 311',..., 321, 321',...) en disposición de matriz,
- 10 destinados a insertar datos como son el descuento a aplicar, el plazo de compra relativo a cada descuento, y el precio de dicho producto, de tal manera que el sector destinado al precio final, por ejemplo el tercer sector (32) está ligado a dos variables previamente preestablecidas y relacionadas entre ellas definidas en los sectores precedentes (30 y 31).
- 15 La Figura 2 representa una sección de una etiqueta (1) tipo, como por ejemplo la definida en la Figura 1, en la que se puede observar como la etiqueta (1) está formada por dos capas, una capa inferior (4) que hace de base y la capa superior (2) definida con antelación. En la presente figura se observa como la capa inferior (4) es de material adherente, de tal manera que queda fijada o adherida a la superficie o
- 20 envoltorio (5) del producto que se pretende comercializar, mientras que la capa superior (2) que es de un material imprimible queda expuesto al exterior. En esta figura también se puede observar que las dos áreas de la capa superior (2) , en concreto el área regulable (3) genera una superficie externa (6) de la etiqueta (1) que tiene continuidad y es lisa, no disponiendo ni de resaltes ni de muesca alguna de
- 25 diferenciación entre áreas, sectores y subsectores.

Descrita suficientemente en lo que precede la naturaleza del invento, teniendo en cuenta que los términos que se han redactado en esta memoria descriptiva deberán ser tomados en sentido amplio y no limitativo, así como la descripción del modo de llevarlo a la práctica, y, demostrando que constituye un positivo adelanto técnico, es

30 por lo que se solicita el registro, siendo lo que constituye la esencia del referido invento, lo que a continuación se especifica en las siguientes reivindicaciones.

REIVINDICACIONES

1. Etiqueta de precio mejorada, en la que la etiqueta (1) dispone de una capa inferior (4) a modo de base que permite adherirse o unirse a la superficie (5) del producto para el que va destinado dicha etiqueta (1), y de una capa superior (2) imprimible y de material de naturaleza plástica o de pasta de celulosa que está integrada por dos áreas diferenciadas, en la que una de dichas áreas dispone de los elementos comunes a las etiquetas convencionales, y en la que la etiqueta (1) se caracteriza porque en su capa superior (2) dispone de un área regulable (3) e imprimible, la cual está constituida por tres sectores (30, 31 y 32), en el que dos sectores están previamente preestablecidos y un tercer sector está ligado a los anteriores, y en la que dicha área regulable (3) tiene continuidad con el resto de la capa superior (2) haciendo por tanto que la superficie externa (6) de dicha capa sea continua.

15

2. Etiqueta de precio mejorada, según las características de la reivindicación (1) en el que cada uno de los tres sectores (30, 31, 32) se caracterizan porque disponen de subsectores (301, 301',..., 311, 311',..., 321, 321',...) que generan un conjunto de área regulable (3) en disposición de matriz.

20

Fig.1

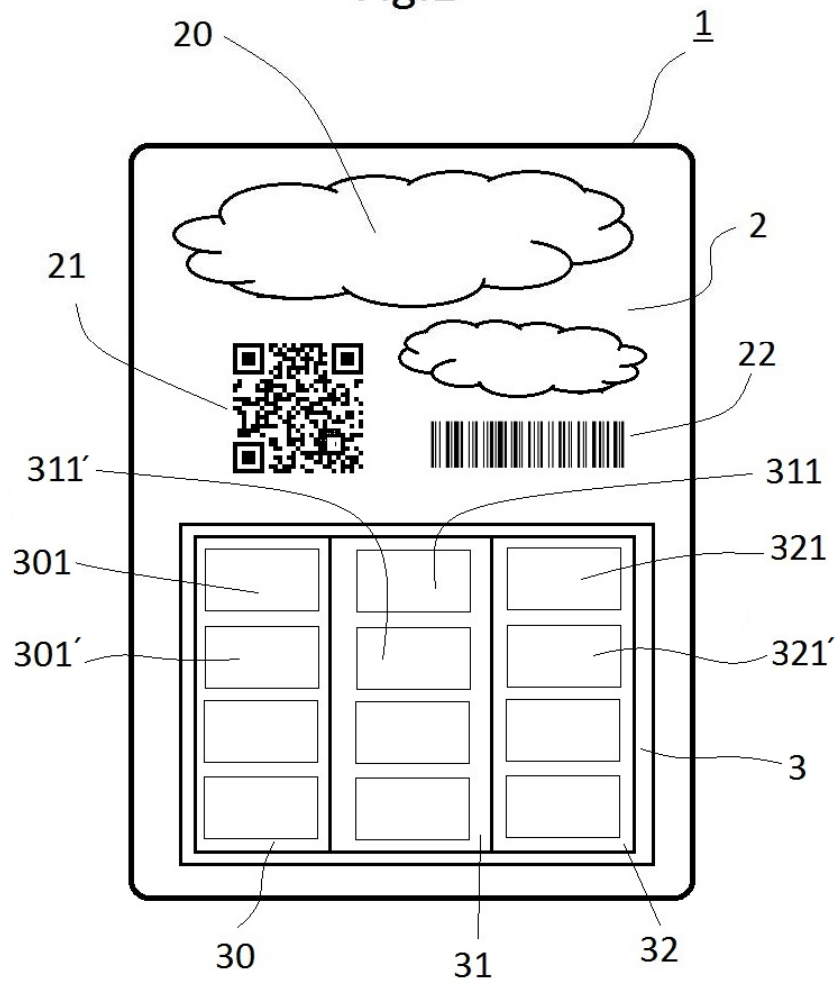


Fig.2

