

Marco legal en Panamá para el manejo de envases y embalaje

**Edgar Rosas ^{1o}, Génesis González ^{1o}, Katherine Bernal ^{1o}, Lidia Samudio ^{1o},
Loannik Morales ^{1o}, Ornelis Figueroa ^{1o}, Shajany Avilés ^{1o}, Docente: Mauricio Sierra ^{2o}**
*Sede Fundadores, Facultad de Ciencias Náuticas, Lic. Administración Marítima y Portuaria,
Asignatura: Administración II*

** genesisigonzalezs@gmail.com * edgareduardorosas21@yahoo.com * bernalkatherine12a@gmail.com * lidia-l.
samudioz28@outlook.es * loannik@hotmail.com * orielfigueroa98@gmail.com ; shay0405@hotmail.com *
mauriciosr21@gmail.com*

Resumen: Este trabajo aportó para que los estudiantes de la materia de Envases, Embalaje y Marca pudieran conocer más a fondo las regulaciones o leyes existentes en Panamá para la comercialización de un producto en el territorio Nacional. También conocer los requisitos aduaneros para la importación y destacar que cada país tiene un requisito diferente pero a la vez similar.

A través de la recolección de datos se pudo corroborar la hipótesis que radica en que el consumidor aunque es un actor importante en la comercialización, mejor dicho en la cadena de suministro, no conoce su rol dentro de ella y mucho menos el marco legal que debe cumplir la empresa antes y durante del manejo de los envases y embalaje. Cabe mencionar que para esta recolección de datos se utilizó como instrumento de investigación la encuesta y el sondeo de opinión.

Por otro lado como conclusión principal de todo lo investigado, consideramos que las empresas que marcan tendencia tienen buenas prácticas, estas buenas prácticas incluyen las regulaciones o leyes establecidas en el manejo de los envases y su embalaje; es decir que en su proceso establecen las normas establecidas por los entes reguladores. Hacer esto coloca su marca como referente y líder en el mercado.

Palabras clave: Envase, Embalaje, Logística, Eficiencia, Regulaciones.

Abstract: With this research, the students of the subject Packaging and Brand learned more about the regulations in Panama for the commercialization of a product in the national territory.

Through data collection it was proved that the hypothesis where the consumer is an important player in marketing who does not know his role and the legal framework that the company must fulfill.

The main conclusion of everything investigated, we consider that the companies that set trends have good practices, these good practices include the regulations or laws established in the handling of the packaging and its packaging; that is to say that in their process they establish the norms established by the regulatory entities. To do this, they place their brand as a reference and market leader.

Keywords: Container, Packaging, Logistics, Efficiency, Regulations.

1. Introducción

La Naturaleza del tema nace en el impacto que tienen las leyes de cada país sobre los envases y el embalaje en la logística de comercialización, las empresas en la actualidad deben cumplir con diferentes regulaciones para el manejo de envases y embalaje.

Una de las ventajas competitivas que puede diferenciar una empresa y su marca de la competencia es cumplir con las regulaciones en el país donde quiere hacer negocios.

Hoy por hoy hemos visto marcas que se han ido a pique o en caída por el incumplimiento de los marcos legales existentes.

La explicación a esta situación viene derivada de la naturaleza multifuncional del propio envase y embalaje (Johansson et al., 1997) que debe satisfacer las necesidades comerciales (capacidad de diferenciar el producto), logísticas (facilitando y haciendo eficientes los procesos de aprovisionamiento, envasado, manipulación, almacenamiento y transporte) y, de forma creciente, el cumplimiento de las regulaciones y normas que buscan salvar la salud de los consumidores, el medio ambiente.

*“El cumplimiento de las leyes sobre envases y embalaje **TIENE UN ALCANCE** en el éxito o el fracaso de las estrategias de Marketing y la planificación logística.”*

1.1. Justificación

Esta investigación es relevante para el campo de estudio de Administración Marítima y Portuaria debido a que en el ejercicio de la profesión del administrador Marítimo tendrá que tomar decisiones que giren en torno a:

- Cumplimiento del Marco Legal en el manejo de envases y embalaje.
- Procesos de aprovisionamiento, envasado, manipulación, almacenamiento y transporte.
- Estrategias de comercialización y posicionamiento en el mercado usando como referente las buenas prácticas y el uso de normas de calidad.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

- Analizar el marco legal del manejo de envases y embalaje, las normas de importación y exportación y el conocimiento que tiene la sociedad en general sobre el tema.
- Demostrar las ventajas competitivas que tienen las buenas prácticas en el cumplimiento de las regulaciones en la estrategia de marketing de un negocio.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar todas las regulaciones necesarias existentes en Panamá para el manejo de los envases y embalaje en Panamá de manera que pueda aportar al aprendizaje de los estudiantes.
- Demostrar que la sociedad común tiene poca información sobre las normas que debe tener un producto para comercializarse en el territorio nacional.
- Comprobar que el cumplimiento de las regulaciones pueden ser útiles en los objetivos del negocio, en la estrategia de marketing y minimizan las pérdidas financieras.
- Relacionar las buenas prácticas de las empresas al momento de comercializar con la característica diferenciadora entre la competencia en el mercado.

1.3. El Estado del Arte

1.3.1. Concepto

- **Envase:** Se entiende el material que contiene o guarda a un producto y que forma parte integral del mismo; sirve para proteger la mercancía y distinguirla de otros artículos.
- **Empaque:** Es cualquier material que encierra o protege un artículo con o sin envase con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor.
- **Embalaje:** Son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía.

1.3.2. Características necesarias al momento de escoger un envase

• Aspectos Económicos

Es necesario evaluar y ofrecer un ahorro al usuario, se debe usar material también que resulte respetuosa con el Medio Ambiente, que esto es la tendencia del mercado.

• Aspectos Sanitarios

Se realizan controles sanitarios, con la función de inspeccionar y evitar plagas en los productos, envases y embalajes.

• Aspectos Comunicacionales

Se tiene que insertar la marca de la empresa en el envase. Que su envase llame la atención y atraiga al comprador.

• Aspectos Ecológicos

La tendencia es optar por productos que estén envasados y embalados en materiales que se puedan reciclar.

- **Aspectos Legales**

Además de la legislación aplicable a cualquier tipo de producto, se debe tener presente la legislación que incide sobre la fabricación de los diferentes tipos de envases y embalajes. Así como su etiquetado, comercialización y distribución.

1.4. Antecedentes Investigativos

Durante los años 2014 y 2015, Deloitte Consulting llevó adelante un estudio para identificar las estrategias y los procesos utilizados por las empresas de mejor desempeño en la cadena de suministro.

Este estudio incluyó entrevistas a 421 ejecutivos de empresas de manufactura, servicios y detal con facturaciones mínimas de \$100 mil millones de dólares al año. Así mismo, incluyó a empresas cuyas casas matrices están ubicadas en EEUU, Canadá, Europa, Asia y Latinoamérica.

El primer hallazgo del estudio fue que, actualmente, las empresas enfrentan un panorama complejo en términos de cadena de suministros: lo que una vez eran flujos lineales de productos -de centros de producción- a mercados, hoy en día son intrincadas redes de operaciones y actores que mueven productos alrededor del globo.



Retos actuales de las empresas entorno a la cadena de suministros

Cajadecarton.es, 2017, **Tipos de Envases y Embalaje: Diferencias y Características**- pág. 1y2
<http://blog.cajadecarton.es/tipos-de-envases-y-embalajes/>

1.4.1. Los Envases y Embalaje y la mejora de la eficiencia logística cuando incluyen las regulaciones en sus normas de calidad.

Si no se establecen sistemas objetivos para seleccionar, de acuerdo a los requisitos de legales, las casi infinitas posibilidades de envases y embalajes, se corre el riesgo de no escoger los más adecuados; esto impide que los envases y embalajes aporten su granito de arena a dos líneas estratégicas para la mejora de la competitividad de las empresas (Porter, 1984): el incremento de las ventas (mayor diferenciación del producto) y la reducción de los costes (mayor eficiencia logística, directa e inversa).

Independientemente de la estrategia adoptada, los niveles de competitividad actuales obligan a las empresas a intentar aunar los beneficios de ambas y, por tanto, diseñar e implantar los envases y embalajes "perfectos" (diferenciados y eficientes; Shagir, 2002; García y Prado, 2005), presentando una vital importancia los aspectos de segmentación del mercado y posicionamiento del producto para inclinar la balanza más hacia el lado de la diferenciación o más hacia el lado de la eficiencia logística.

1.5. Antecedentes Legales

1.5.1. Regulaciones de importaciones

Todas las mercancías que ingresan a Panamá deben destinarse a un régimen aduanero solicitado por el contribuyente, este depende de la función o el uso que se le vaya a dar a las mercaderías, ya sea en territorio nacional o en el extranjero. Cuando una mercancía es presentada en la aduana para su ingreso al país, se debe informar mediante un documento oficial (pedimento) el destino que se pretende dar a dicha mercancía.

La legislación panameña contempla los siguientes regímenes aduaneros: Régimen de Importación, Régimen de Exportación, Regímenes de Exenciones Tributarias y Regímenes Especiales (admisión temporal, admisión temporal para perfeccionamiento activo, depósito aduanero, exportación temporal para perfeccionamiento pasivo, transbordo, tránsito aduanero y de zonas libres o francas).

Existe también un régimen para la importación de muestras sin valor comercial que no deben ser destinadas a la venta en el mercado panameño, el cual requiere que se cumplan los siguientes requisitos: factura comercial (valor representativo solo para fines de aduana) y certificado sanitario

García Arca, Jesús; Prado, José Carlos Los envases y embalajes como fuente de ventajas competitivas *Universia Business Review*, núm. 17, primer trimestre, 2008, pp. 64-79

Por Manuel E. Martín el 17 de Julio 2017, *Liderazgo y Diferencia en la cadena de suministro*

<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/07/17/liderazgo-y-diferenciacion-en-la-cadena-de-suministros/>

de origen. El peso de la muestra sin valor comercial no debe ser mayor a cinco kilos; de exceder este peso, el corredor de aduana deberá notificarlo a la Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos (AUPSA).

1.5.2. Requisitos para los envases y embalaje de productos de importación

Cualquier producto destinado a la comercialización dentro del territorio panameño, sea nacional o importado, debe tener empaques, contenedores, cubiertas o sellos cuyas etiquetas estén en español. Toda etiqueta debe contener, como mínimo, la siguiente información:

Nombre del fabricante|Dirección y país de origen

Fecha de vencimiento|Lista de ingredientes o componentes

Número de lote|El estado del producto (líquido, pulverizado, etc.)|Código de barra

Asimismo, en el caso del etiquetado para alimentos, el Decreto 1195 del 3 de diciembre de 1992, emitido por el Ministerio de Salud, en su artículo N.º 49, establece el acogimiento a las Normas del Codex Alimentarius de la FAO para los alimentos, aditivos alimentarios y los envases para alimentos. Los productos alimenticios deben ser registrados y el número de registro debe estar en un lugar visible del empaque o envoltura.

En el caso de las medicinas, productos para el hogar, productos tóxicos y químicos, deben llevar instrucciones específicas o advertencias, tales como dosis, usos y peligros, debido a los riesgos que podrían ocasionar a la salud.

Los productos destinados a la reexportación deberán contar con la denominación **“PANAMA IN TRANSIT”** en cada caja o en el contenedor.

1.6. Hipótesis

La eficiencia logística de una cadena de suministro consiste en asumir retos dentro de la misma, los tiempos han cambiado y el consumidor busca productos y marcas que cumplan con buenas prácticas.

Uno de los recursos más importantes para la estrategia de marketing es esa esencia que diferencia un negocio de su competencia, el cumplimiento de las regulaciones gubernamentales ayuda a la empresa a ser más eficaz al momento de hacer negocios debido a que:

- Ahorra tiempo
- Ahorra dinero
- Cumple con los actores relacionado a su negocio

En esta investigación se considera que:

1. La población general no conoce y en mayor porcentaje no les interesa el cumplimiento de las regulaciones o marcos legales que establecen parámetros para la importación de productos, sus envases y su embalaje en el territorio panameño, sin embargo si juzgan a las empresas que no cumplen con las directrices, recordando las malas prácticas por mucho tiempo.

2. Los estudiantes de Administración logística, necesitan conocer más sobre los marcos legales que rigen las importaciones a nivel nacional y las restricciones aduaneras que existen.

2. Metodología (Materiales y Método)

2.1. Diseño de la Investigación

Diseño de muestra: Se analizará las opiniones de un % de la población la cual estará compuesta de consumidores comunes de diferentes tipos de productos.

Diseño de observación: Se evaluará el conocimiento sobre regulaciones de un % de los estudiantes de la licenciatura de administración Marítima y portuaria

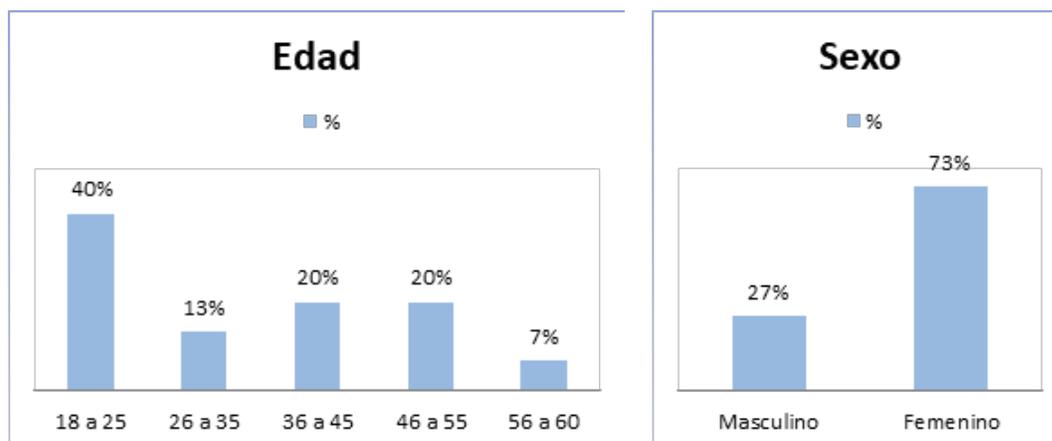
2.2. Instrumentos de Investigación

- a. Encuesta
- b. Sondeo de Opinión

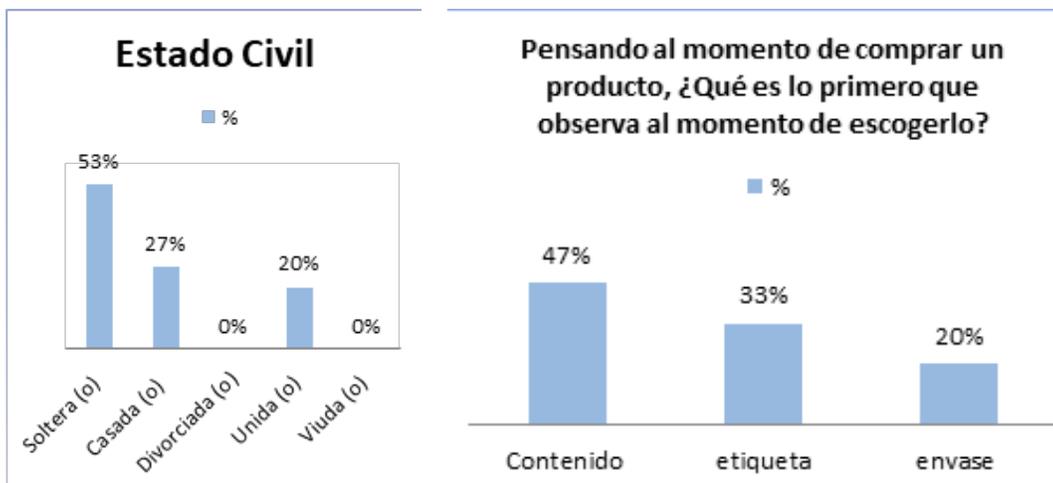
2.3. Población y Muestra

General de seguros ubicación: Plaza Banco General, esquina de Calle 50 con Ave Aquilino de la Guardia, Piso 10. Muestra del 50%. UMECIT, Sede Fundadores, Licenciatura en Administración Marítima y Portuaria. Muestra de 1%.

3. Resultados



Auspa, [http://www.aupsa.gob.pa/aupsaweb/Descargas/Documentos de interes/doc_Codex_etiquetado_alimentos_preenvasados.pdf](http://www.aupsa.gob.pa/aupsaweb/Descargas/Documentos%20de%20interes/doc_Codex_etiquetado_alimentos_preenvasados.pdf)

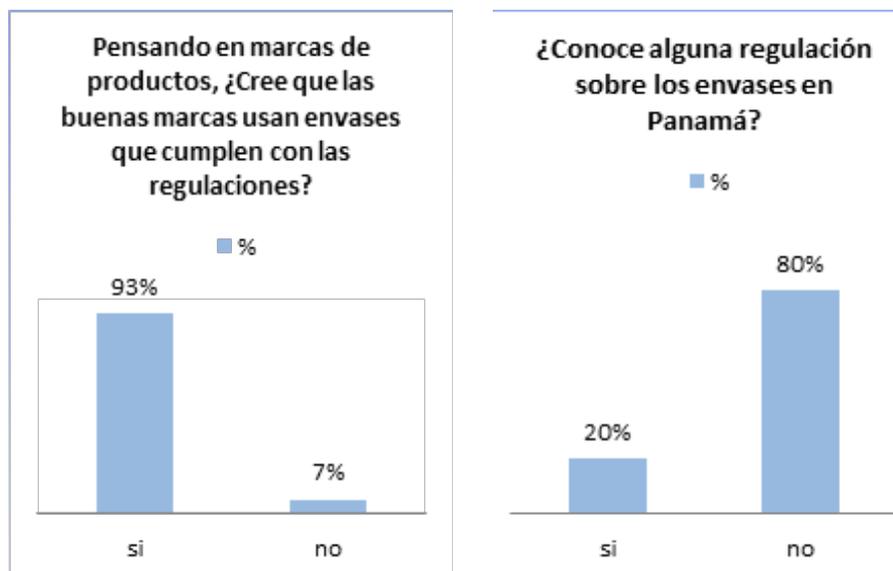


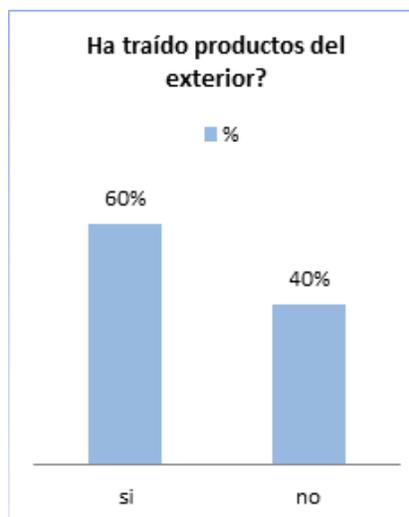
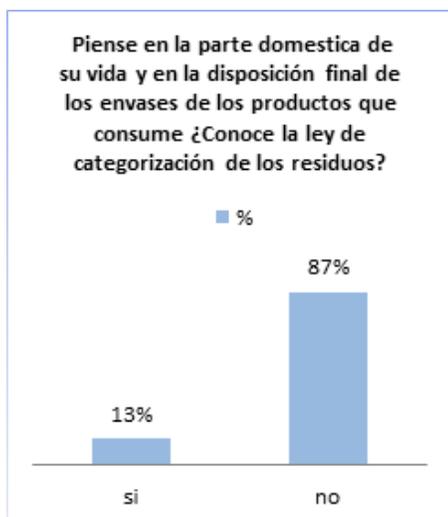
De las edades de los encuestados hemos encontrado que el 1er. 40% pertenece a los Millenials Y 40% pertenece a la Generación X. Este segmento de consumidores tiene características distintas y a la vez similares, entre las características similares es que ambas generaciones son influenciadas por las redes sociales; sin embargo tienen otros intereses al momento de pensar en la marca.

Generación Y o Millennials: Una marca útil sabe lo que quiere el consumidor, antes de que lo pida (marcas que conocen y anticipan las necesidades de sus clientes).

Generación X: Una marca útil es aquella que me ofrece la mejor calidad al menor precio (marcas eficientes y de calidad)

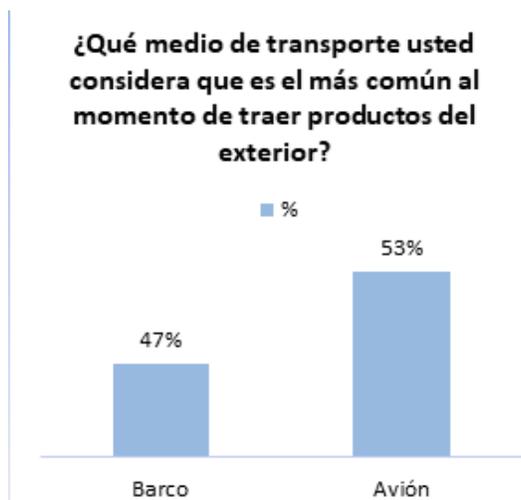
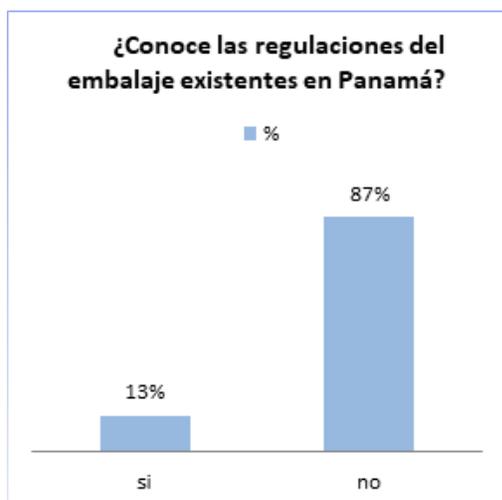
Ninguna de las dos generaciones investigadas les interesan que sus marcas cumplan con las normas.

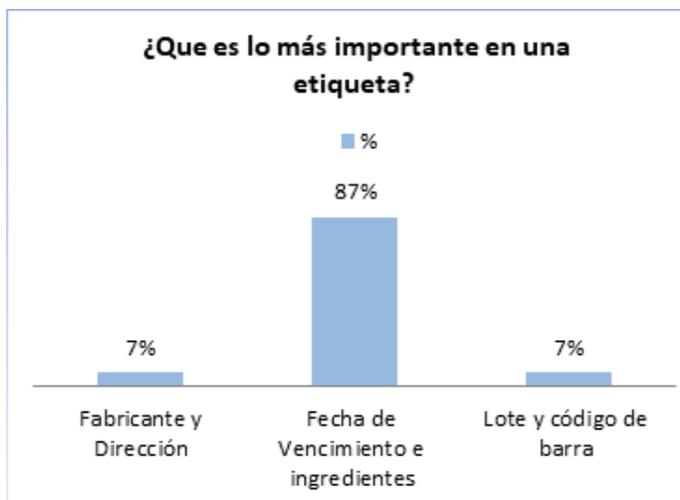
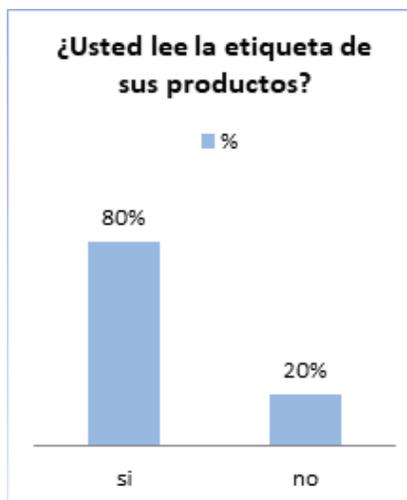




El 93% de los encuestados consideran que las buenas marcas cumplen con las regulaciones, es decir que lo que ellos perciben es lo que determina para ellos el cumplimiento de la norma, Sin embargo el 80% desconoce el marco legal que deben cumplir las empresas en el manejo envases y embalajes en la comercialización, el 87% ni siquiera conoce la ley de categorización de residuos en Panamá aunque esta ley tiene componentes dirigidos al consumidor local y no a las empresas logísticas de importaciones y exportaciones.

El 60% de los encuestados ha traído productos del exterior, al pedir que mencionara la mayoría trae del exterior prendas de vestir. Al momento de preguntar el medio de pedido destacó Amazon, Mailboxes, Aliss.





El 87% de la población encuestada desconoce sobre las regulaciones para el embalaje, el 53% considera que el medio más común para importar es el avión, sin embargo, los conocedores de la materia sugieren evaluar el tipo de producto, los costos, las fechas de entregas y la capacidad; es decir planificar antes de considerar.

El 80% indica que lee las etiquetas, sin embargo el 87% solo piensa en uno de los requisitos establecidos en la ley para comercializar en el territorio panameño.

Conclusiones de la Encuesta:

1. La población general no conoce de regulaciones de manejo de envases o embalaje en Panamá si

2. El consumidor actual se enfoca solamente en su necesidad, sin embargo es un actor determinante en la comercialización de un producto debido a que tiene acceso a la información.

3. Las normas establecidas por ley pueden ser una catapulta para tener ventaja competitiva sobre el resto de las empresas que hacen importaciones en Panamá debido a que no solamente se va a cumplir con las entidades gubernamentales sino que se puede enviar mensajes positivos sobre nuestra marca o productos por las buenas prácticas esto permite que las empresas desarrollen un precedente marcando una pauta en el liderazgo comercial.

Resultados del sondeo de opinión

Se llevó a cabo un sondeo de opinión por medio de whatsapp a un grupo de estudiantes de los estudiantes de la licenciatura de Administración Marítima y Portuaria conformado por 5 personas. Se le preguntó:

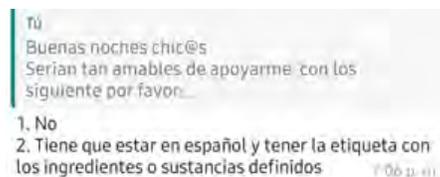
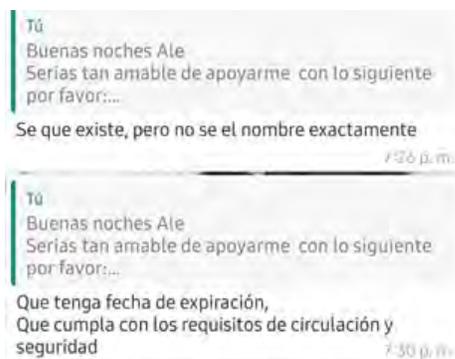
1. ¿Conoces alguna ley que regule en Panamá el manejo de envases y embalaje? Si o no, menciona una.

2. Menciona una de los requisitos que debe tener un producto para tener permiso para comercializarse en Panamá.

Al momento de revisar las respuestas nos encontramos que:

- No conocen las regulaciones sobre manejo de envases y embalajes.
- No conocen los requisitos aduaneros de importación.
- Asocian el marco legal de los envases y embalaje con la reciente ley sobre las prohibiciones de las bolsas plásticas y el uso de la bolsa reutilizables.

Estas respuestas corroboran la hipótesis que indica que los estudiantes necesitan conocer más sobre los marcos legales que rigen las importaciones a nivel nacional y las restricciones aduaneras que existen y deben tener una visión clara de su carrera la cual tiene un alcance mayor al producto final que se ve en el mercado.



4. Conclusiones:

Con esta investigación se pudo corroborar que el marco legal es determinante en la logística de comercialización. El cumplimiento de las leyes para las importaciones es indicativo de éxito o fracaso.

Al momento del ejercicio de la planificación logística, el administrador debe considerar los actores involucrados en la cadena de suministro de los cuales se consideran como más imponentes al Gobierno y al Consumidor.

Los procesos de calidad no solo se enmarca en la confección o elaboración de producto, sino que alcanzan hasta la comercialización y disposición final del consumidor, es por ello que este tema de es de suma relevancia.

En función a los objetivos de la investigación se conoció que la sociedad general o el consumidor, aunque es un actor importante en la cadena de suministro desconoce de las leyes regulatorias en el territorio nacional de Panamá, estos compran por percepción, es decir que dicen otros de mi marca, de mi producto.

Cabe mencionar que aunque el marco legal del manejo de envases y embalaje es un requisito obligatorio para la comercialización de un producto, es también un factor que determina el liderazgo y la ventaja competitiva de una empresa sobre el resto de negocios que compiten en el mercado. Una empresa puede marcar tendencias del mercado y servir de referente en las buenas prácticas.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a los colaboradores de General Seguros de Banco General, quienes nos ofrecieron su valioso tiempo para aplicar la encuesta educativa.

También a los estudiantes y compañeros de clases de la Licenciatura en Administración Marítima Portuaria por permitirnos conocer su opinión sincera en este tema relevante a la carrera.

BIBLIOGRAFÍA

- AserComerx, 5 de Mayo del 2017, Conoce el mejor medio de transporte para tus mercancías-<http://www.asercomex.es/medio-transporte-para-tus-mercancias/>
- Auspa, [http://www.aupsa.gob.pa/aupsaweb/ Descargas /Documentos de interes/doc _ Codex _etiquetado _alimentos_ preenvasados.pdf](http://www.aupsa.gob.pa/aupsaweb/Descargas/Documentos%20de%20interes/doc_Codex_etiquetado_alimentos_preenvasados.pdf)
- Cajadecarton.es, 2017, Tipos de Envases y Embalaje: Diferencias y Características-<http://blog.cajadecarton.es/tipos-de-envases-y-embalajes/>
- Carlos Jiménez, 28 de septiembre del 2018, Generación de consumidores y relación con la marca-<https://www.carlosjimenez.info/conociendo-las-diferentes-generaciones-y-su-relacion-con-las-marcas/>
- García Arca, Jesús; Prado, José Carlos Los envases y embalajes como fuente de ventajas competitivas *Universia Business Review*, núm. 17, primer trimestre, 2008
- Mendoza Roca, C. Paternina-Arboleda, C. y Mendoza Roca, C. (2016). Manual práctico para gestión logística: envase y embalaje, transporte y cadena de frío, preservación de productos del agro. Colombia: Universidad del Norte.

- Nicola Cerantola-El envase como elemento de marketing- Publicado en 2016 © Ecoembes.
- Pardavé Livia, Walter, Envases y Medio Ambiente (2ª. Ed.), edición 2004.
- Por Manuel E. Martin el 17 de Julio 2017, Liderazgo y Diferencia en la cadena de suministro <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/07/17/liderazgo-y-diferenciacion-en-la-cadena-de-suministros/>
- Palbin, 3 de junio del 2018, ¿Qué edad tienen tus compradores?, Marketing Digital- <https://www.palbin.com/es/blog/p1009-que-edad-tienen-tus-compradores-plan-de-marketing-digital.html>

ANEXOS

XII JORNADA DE INVESTIGACIÓN

