



Estudio de pepino y el jabón de pepino en Panamá Oeste. Año 2024:1 2024:12

Study of cucumber and cucumber soap in Western Panama. Year 2024:1 2024:12

Yilanis Santos ¹

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, Panamá.
yilanis.santos@up.ac.pa <https://orcid.org/0009-0008-3120-6227>

Kathleen Vásquez ²

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, Panamá.
kathleen.vasquez@up.ac.pa <https://orcid.org/0009-0003-2860-1774>

Fecha de recepción: 12 de diciembre 2024

Fecha de aceptación: 10 de mayo 2025

DOI: _____

RESUMEN

En este artículo hablaremos sobre el estudio del pepino y nuestro jabón de pepino en la provincia de Panamá Oeste, podemos decir que este es un producto agroindustrial y es originario de la India. El pepino es bajo en calorías y rico en agua, y cuenta con vitaminas como la vitamina K y C y minerales como el potasio. El jabón de pepino es un producto cosmético natural que ha ganado popularidad en los últimos años debido a sus propiedades hidratantes y calmantes para la piel. La investigación en esta área busca determinar la eficacia de los ingredientes del pepino en el cuidado de la piel, así como los beneficios adicionales que este tipo de jabón puede ofrecer en comparación con otros productos comerciales. El pepino es importante tanto en la dieta como en la agricultura por varias razones: lo que lo convierte en una opción saludable para mantenerse hidratado y saciado, esenciales para la salud del cuerpo humano, beneficios para la salud su alto contenido de agua ayuda a la hidratación y al buen funcionamiento del sistema digestivo. Además, contiene antioxidantes que pueden ayudar a combatir el daño celular, cultivo y economía es un cultivo rentable y relativamente fácil de cultivar en diferentes climas, lo que lo convierte en un recurso valioso para la agricultura y la economía local. Gracias a esta información decidimos crear el jabón de pepino que es un producto de cuidado personal que se caracteriza por su frescura y propiedades suaves para la piel.

Palabras claves: Originario, Calorías, Cosméticos, Dieta, Cultivo.

¹ Estudiante de Microeconomía, Lic. en Finanzas y Banca, Facultad de Economía

¹ Estudiante de Microeconomía, Lic. en Finanzas y Banca, Facultad de Economía



ABSTRACTS

In this article we will talk about the study of cucumber and our cucumber soap in the province of Panama Oeste, we can say that this is an agro-industrial product and is originally from India. Cucumber is low in calories and rich in water and contains vitamins such as vitamin K and C and minerals such as potassium. Cucumber soap is a natural cosmetic product that has gained popularity in recent years due to its moisturizing and skin-soothing properties. Research in this area seeks to determine the effectiveness of cucumber ingredients in skin care, as well as the additional benefits that this type of soap can offer compared to other commercial products. Cucumber is important in both the diet and agriculture for several reasons: making it a healthy option to stay hydrated and satiated, essential for the health of the human body, health benefits its high-water content helps hydration and proper functioning of the digestive system. In addition, it contains antioxidants that can help combat cell damage, cultivation and economics it is a profitable crop and relatively easy to grow in different climates, making it a valuable resource for agriculture and the local economy. Thanks to this information we decided to create cucumber soap, which is a personal care product that is characterized by its freshness and gentle properties for the skin.

Keywords: Origin, Calories, Cosmetics, Diet, Cultivation.

Introducción

El cuidado de la piel es una prioridad cada vez más relevante en la vida cotidiana, impulsada por una creciente demanda de productos naturales y sostenibles en el mercado de la cosmética. Entre estos, los jabones artesanales han ganado popularidad debido a sus beneficios, menor impacto ambiental y el uso de ingredientes naturales que favorecen la salud cutánea. Dentro de este contexto, el pepino se destaca como un ingrediente con propiedades únicas que pueden ser aprovechadas en la formulación de jabones.

El presente estudio se centra en investigar el potencial del pepino como ingrediente principal en la elaboración de un jabón artesanal, evaluando sus propiedades fisicoquímicas, los beneficios para la piel y su aceptación en el mercado. Además, se busca contribuir al desarrollo de alternativas cosméticas sostenibles que respondan a las demandas de consumidores cada vez más conscientes de los impactos de los productos que utilizan.

Con este proyecto de investigación buscamos desarrollar y evaluar un jabón artesanal a base de extracto de pepino, analizando sus propiedades fisicoquímicas, beneficios para la piel y aceptación por parte de los consumidores, con el propósito de promover una alternativa natural, sostenible y eficaz en el cuidado personal. Y así poder diseñar una receta de jabón artesanal que incorpore extracto de pepino como ingrediente principal, utilizando métodos sostenibles como la saponificación en frío y sobre todo analizar el impacto ambiental del proceso de elaboración y del producto final, promoviendo un uso responsable de ingredientes naturales.



Insumos de producción

En términos generales, los insumos, también conocidos como factores de producción o recursos productivos, comprenden todos los elementos necesarios para la creación de bienes y servicios. Estos incluyen el talento empresarial, la toma de riesgos por parte de los empresarios, las distintas categorías de mano de obra, maquinaria, infraestructura y sus correspondientes servicios. En esencia, los insumos representan los recursos básicos que las firmas utilizan para operar y generar valor (Roger Miller Le Roy y Menier Roger, 2004, pág. 255).

Relación entre producción e insumos

La relación entre producción e insumos se refiere a cómo una empresa combina recursos como trabajo, capital y tierra para generar productos o servicios. La eficiencia en esta combinación depende de la tecnología disponible, lo que permite maximizar la producción y minimizar costos. Una correcta utilización de los insumos, basada en tecnología avanzada, no solo incrementa la cantidad de productos, sino que también mejora la rentabilidad de la empresa, optimizando los procesos de producción.

Tabla 1

Relación entre producción e insumos

Tipo	Definición
Eficiencia técnica	Requiere un proceso de producción que no utilice más insumo de los necesarios para tener un nivel dado de producción, dado a la tecnología existente
Eficiencia económica	Se refiere a la maximización del bienestar social. A La comprensión de los factores que afectan la eficiencia es esencial para diseñar políticas económicas que promuevan un mayor bienestar social.
La función de producción	Relación o ecuación matemática que establece la máxima cantidad de producto que puede obtenerse a partir del conjunto determinado de insumos. $Q=f(K, L)$
Producción a corto plazo con un factor de la producción variable	se refiere a un período de tiempo en el que al menos un factor de producción es fijo (no puede ser modificado) y otro es variable (puede ser ajustado). Esto significa que la empresa, ante un cambio en la demanda, solo puede



responder modificando la cantidad del factor variable. $Q=f(L, K)$

Fuente: Miller Le Roy y Roger, (2004).

En esta tabla 1, nos podemos dar cuenta que la producción es el resultado de combinar insumos en un proceso productivo. La función de producción describe esta relación matemáticamente. La ley de los rendimientos marginales decrecientes establece que, a partir de cierto punto, aumentar un factor de producción manteniendo constante el otro, generará rendimientos cada vez menores. Entender esta relación es esencial para comprender cómo funcionan las economías y cómo se toman decisiones en las empresas.

En resumen, la producción refleja la interacción de insumos en un proceso productivo, y la ley de rendimientos marginales decrecientes resalta las limitaciones al aumentar un solo factor. Comprender esto es clave para optimizar decisiones y recursos empresariales.

Los costos de producción

Los costos de producción incluyen todos los gastos que una empresa incurre para transformar insumos en bienes finales o servicios. Estos costos son esenciales, no solo porque impactan directamente la rentabilidad de la empresa, sino también porque influyen en las decisiones estratégicas y operativas. Identificar y gestionar adecuadamente estos costos permite a las empresas adaptarse a los cambios en el mercado y optimizar su eficiencia (Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V., 2012).

Entre los costos de producción se encuentran los salarios pagados a los trabajadores, los intereses por financiamiento, las rentas como compensación por el uso de la tierra y los costos asociados a la adquisición de materia prima. Estos elementos reflejan la diversidad de recursos que deben combinarse para llevar a cabo procesos productivos de manera eficaz Miller y Roger, (1996, pág. 289).

Costo de oportunidad

El costo de oportunidad se refiere al valor de la mejor alternativa sacrificada al tomar una decisión. Es decir, representa el beneficio que se deja de obtener al elegir una opción en lugar de otra. Este concepto es crucial en economía porque permite analizar las consecuencias de nuestras elecciones, tanto a nivel individual como empresarial. Comprender el costo de oportunidad ayuda a tomar decisiones más informadas y estratégicas (Mankiw, N. G., 2014).



Un aspecto importante del costo de oportunidad es que no depende de quién utilice el recurso en cuestión. Para medirlo con precisión, los agentes económicos deben tener un conocimiento adecuado y completo sobre el entorno y las posibles opciones disponibles. Esto asegura que las decisiones estén basadas en una evaluación rigurosa y realista del impacto de las alternativas Miller y Roger, (1996, pág. 289).

La relación existente entre las curvas marginal y de costo medio

La relación entre las curvas de costo marginal (CMg) y de costo medio (CM) es fundamental para entender cómo se comportan los costos a medida que aumenta la producción. La curva de costo marginal indica el cambio en el costo total al producir una unidad adicional, mientras que la curva de costo medio refleja el costo promedio por unidad producida. Estas curvas no solo proporcionan información sobre la eficiencia operativa de una empresa, sino que también ayudan a identificar el nivel de producción que minimiza los costos totales Miller y Roger, (1996, pág. 299).

La competencia perfecta

La competencia perfecta es un modelo teórico que describe un mercado donde ningún comprador o vendedor individual tiene el poder de influir en los precios de mercado. Este modelo asume que muchas empresas ofrecen productos idénticos, que no existen barreras de entrada al mercado, que las empresas establecidas no tienen ventajas competitivas sobre las nuevas y que los compradores y vendedores tienen pleno conocimiento de los precios existentes (Parkin y Loría, 2010, p. 274).

Aunque en la práctica es difícil encontrar mercados que cumplan todas las características de la competencia perfecta, este modelo sirve como un punto de referencia ideal para analizar y comparar otros tipos de mercados, como el monopolio y el oligopolio. También permite evaluar la eficiencia económica de diferentes estructuras de mercado Samuelson y Nordhaus, (2010, p. 3).

Ganancias económicas e ingresos

Las ganancias económicas representan el excedente que queda después de deducir todos los costos de producción, incluidos tanto los costos explícitos como los costos implícitos. Este concepto permite evaluar la eficiencia de una empresa y determinar si está generando un rendimiento superior al que podría obtenerse en otras oportunidades de inversión Samuelson y Nordhaus, (2010, p. 20).



Tabla 2

Los tipos de ingresos que representan el flujo de dinero

Tipos de ingresos	Detalles
El ingreso total	Este es igual al precio multiplicado por la cantidad vendida.
El ingreso marginal	Este es el cambio en el ingreso total como resultado del aumento en una unidad de la cantidad vendida.
Demanda de producto	La empresa puede vender cualquier cantidad que elija al precio de mercado.

Fuente: Parkin y Loría Díaz, (2010).

En esta tabla 2, podemos observar que los ingresos que representan el flujo de dinero en una empresa o un individuo se reciben por la venta de bienes o servicios, o por otros medios como rentas, intereses o dividendos.

El objetivo de una empresa es maximizar sus ganancias económicas, lo que es igual a su ingreso total menos el costo total. Parkin y Loria, (2010 p.274)

En conclusión, los ingresos son fundamentales para el flujo económico de una empresa o individuo, y su gestión adecuada es esencial para maximizar las ganancias

La decisión de producción de la empresa

La decisión sobre qué cantidad de bienes o servicios producir es un aspecto central en la administración empresarial. Para determinar la cantidad óptima de producción, las empresas consideran factores como los costos de producción, los precios de los insumos y el precio de venta del producto final. El objetivo principal es maximizar los beneficios, es decir, la diferencia entre los ingresos y los costos totales, lo que permite asegurar la sostenibilidad y crecimiento del negocio. Nicholson y Snyder, (2012, p.10)

La función financiera

La función financiera, en el ámbito microeconómico, se enfoca en las decisiones de inversión y financiación que toman los agentes económicos individuales, como empresas y hogares. Estas decisiones tienen un impacto directo en la eficiencia y el crecimiento de la economía en su conjunto. En este artículo, exploraremos y estudiaremos en profundidad los fundamentos, objetivos y herramientas de la función financiera a nivel microeconómico y función financiera de una empresa.



Tabla 3

Los principales objetivos de la función financiera en microeconomía

N.	Objetivos	Detalles
1.	Maximización de las utilidades	Garantiza que las decisiones financieras contribuyan a la generación de mayores beneficios.
2.	Minimización de costos	Optimiza los recursos para que la empresa sea eficiente en sus operaciones.
3.	Gestión de riesgos	Evalúa y minimiza los riesgos financieros asociados a las inversiones y decisiones económicas.
4.	Sostenibilidad a largo plazo	Asegura que la empresa tenga los recursos necesarios para sostener su crecimiento y operaciones a lo largo del tiempo.
5.	Optimización del financiamiento	Identificar las mejores fuentes de financiamiento que minimicen los costos y mantengan la estabilidad financiera.

Fuente: Aldo H, (2000)

En esta tabla 5, podemos observar cuales son los principales objetivos de la función financiera lo cual podemos decir que este se encarga de todo lo relacionado con el dinero: cómo conseguirlo, cómo gestionarlo y cómo invertirlo.

En conclusión, la función financiera es conocida por ser un departamento que vela por la salud económica de la organización y garantiza su sostenibilidad.

Materiales y métodos

El método principal empleado en este estudio fue un **sondeo o encuesta**.

- **Tipo de Estudio:** Sondeo de mercado o estudio de aceptación del consumidor.
- **Diseño:** Encuesta aplicada a una muestra de la población.
- **Población de Estudio:** Consumidores de la provincia de Panamá Oeste.
- **Muestreo:** Se consideró una **muestra representativa de la población**, tomando en cuenta factores demográficos como:
 - Edad
 - Género
 - Nivel socioeconómico
- **Recolección de Datos:** La información se recopiló a través de una **encuesta aplicada en diversos distritos de Panamá Oeste**.



- **Objetivos del Sondeo:**

- Evaluar las opiniones y preferencias de los consumidores sobre la mermelada de melón.

Resultados y discusión

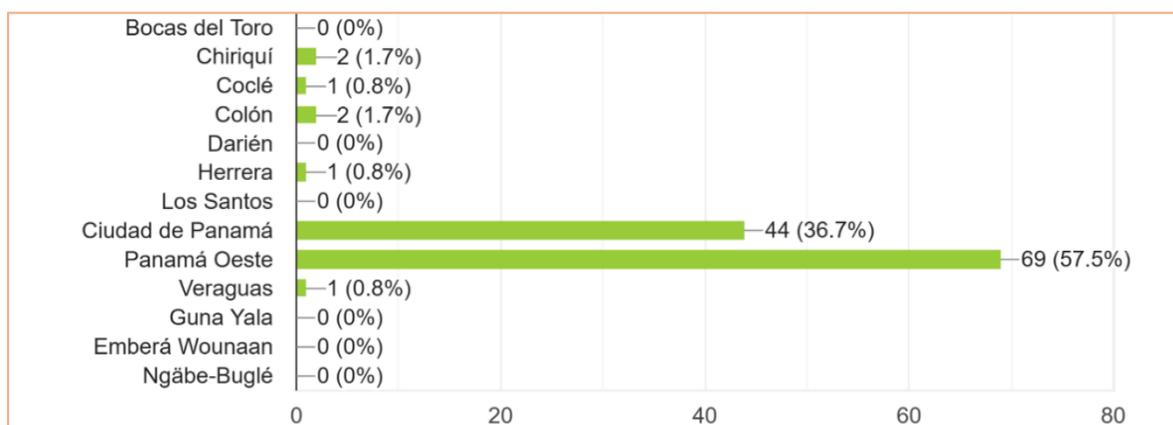
Los resultados obtenidos reflejan diversos aspectos clave del estudio de los mercados y la toma de decisiones empresariales en distintos tipos de competencia, en particular en la competencia perfecta, el monopolio y la competencia monopolista. En primer lugar, es fundamental destacar que la competencia perfecta, aunque rara en la práctica, sirve como un modelo ideal para entender la eficiencia del mercado. En mercados perfectamente competitivos, como algunos ejemplos de la agricultura o la pesca, los precios se ajustan de manera rápida y efectiva, y las empresas producen al costo mínimo, maximizando el bienestar general (Parkin y Loría, 2010).

Ubicación geográfica

Es importante saber que realizamos esta pregunta porque nos permite conocer que la ubicación puede influir en el acceso a recursos, servicios y oportunidades y así mismo saber dónde se encuentran los sondeados y puede ayudar a las empresas a optimizar la distribución de productos y los recursos necesarios para atender a diferentes áreas.

Figura 1

Porcentaje de la ubicación geográfica de los sondeados



Fuente: Yilanis y Kathleen, (2024).

El esta grafica 6, nos muestra una clara concentración de resultados en las provincias de Panamá Oeste con 57.5% que representa un total de 69 personas y la Ciudad de Panamá con 36.7% que representa un total de 44 personas, que en conjunto representan el 84.2% del total. En contraste, las provincias de Bocas del Toro, Darién, Los



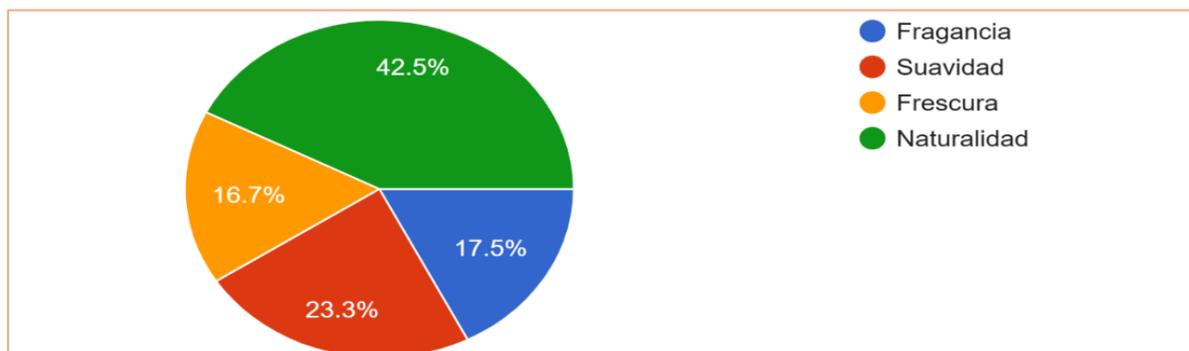
Santos, Guna Yala, Emberá Wounaan y Ngäbe-Buglé no reportaron resultados, lo que podría indicar una baja o nula participación en esas áreas. Las demás provincias, como Chiriquí, Coclé, Colón, Herrera y Veraguas, muestran valores considerablemente más bajos en comparación con las dos principales regiones, reflejando una participación mucho menor.

Atracción del jabón de pepino

Es importante saber que esta información recopilada puede guiar a la creación de nuevos productos o la modificación de los existentes, asegurando que se alineen con las preferencias del mercado.

Figura 2

Porcentaje de que les atrae más de un jabón de pepino a los sondeados



Fuente: Santos Yilanis y Vásquez Kathleen, (2024).

En esta grafica 10, nos revela una clara preferencia por la naturalidad del producto, que representa el 42.5% de las elecciones. Esto sugiere que los consumidores valoran enormemente los ingredientes naturales en los jabones, indicando una tendencia hacia productos menos procesados y más amigables con la piel. La suavidad es la segunda característica más valorada, con un 23.3%, lo que implica que los consumidores también consideran importante que el producto sea suave y no irritante. Por otro lado, la fragancia y la frescura tienen porcentajes similares, con un 17.5% y 16.7%, respectivamente, sugiriendo que, aunque son relevantes, no son tan determinantes como la naturalidad y la suavidad al elegir un jabón.

Lugar donde les gustaría comprar el jabón de pepino

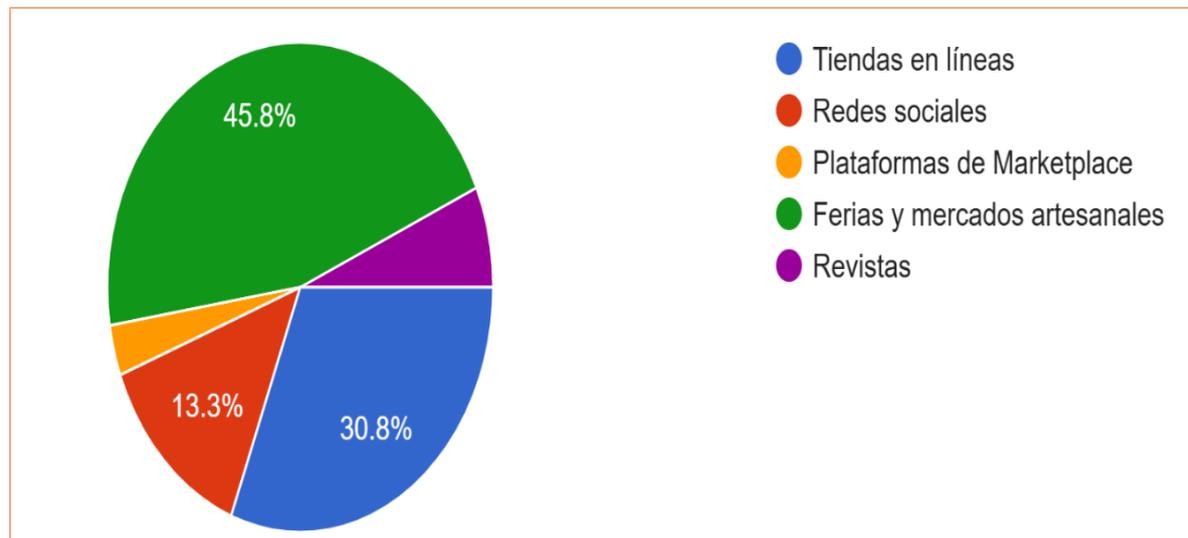
Es importante saber la elección del lugar de compra refleja las preferencias y comportamientos del consumidor, como la conveniencia, la búsqueda de promociones o la



preferencia por marcas específicas y a su vez ayuda a determinar dónde implementar promociones o descuentos para aumentar las ventas.

Figura 3

Porcentaje de los sondeados al elegir otro lugar que le gustaría comprar el jabón de pepino



Fuente: Santos Yilanis y Vásquez Kathleen, (2024).

En esta grafica 18, nos revela una clara preferencia por los canales digitales para la compra de jabón de pepino. Un notable 45.8% de los encuestados prefiere adquirir este producto a través de tiendas en línea, lo que refleja la creciente inclinación hacia el comercio electrónico y la conveniencia de realizar compras desde casa. Además, un 30.8% mostró interés en comprar a través de redes sociales, destacando la importancia de estas plataformas como canales emergentes para productos de belleza y cuidado personal. Las plataformas de Marketplace, que fueron seleccionadas por un 13.3% de los participantes, se consideran también una opción viable, mientras que solo un 4.2% prefirió los ferias y mercados artesanales, lo que sugiere que este último canal puede estar asociado a la búsqueda de productos locales y artesanales.

Precio que estarían dispuestos a pagar por el jabón si ofreciera beneficios adicionales

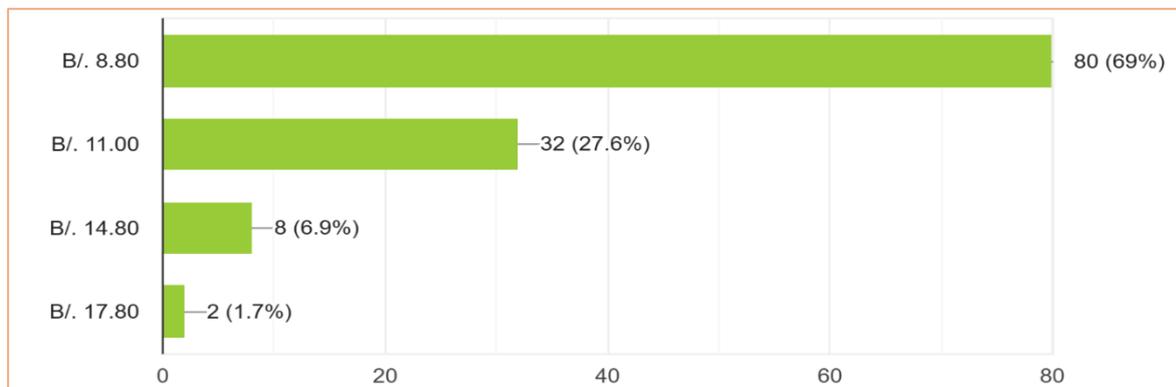
Conocer el precio que los clientes estarían dispuestos a pagar por el jabón de pepino si se ofrecieran beneficios adicionales es esencial para ajustar las estrategias de precios, promoción y posicionamiento del producto. Esta información ayuda a alinear la percepción del valor con las expectativas del consumidor, permitiendo maximizar tanto la satisfacción del cliente como la rentabilidad. Al comprender este umbral de pago, se pueden desarrollar ofertas atractivas, como ingredientes exclusivos o envases especiales, que incrementen el



atractivo del producto y fomenten la lealtad. De esta manera, se asegura un balance adecuado entre competitividad y rentabilidad.

Figura 4

Porcentaje del precio que estarían dispuesto a pagar por el jabón si ofreciera beneficios adicionales



Fuente: Santos Yilanis y Vásquez Kathleen, (2024).

En esta grafica 22, nos muestra la disposición a pagar por un jabón de pepino con ingredientes orgánicos revela un 69% de los encuestados manifestó estar dispuesto a pagar B/.8.80, lo que indica que este precio es percibido como justo y adecuado en relación con el valor añadido que ofrecen los productos orgánicos. Este interés por los jabones orgánicos refleja una creciente conciencia sobre la importancia de los ingredientes naturales y sus beneficios para la salud. Además, un 27.6% de los participantes mostró disposición a pagar B/.11.00, lo que sugiere que hay un segmento de consumidores dispuesto a invertir más en productos que consideran Premium.

Proceso de producción

El proceso de producción industrial del jabón de pepino natural combina técnicas de fabricación tradicionales con procesos industriales eficientes, lo que permite crear un producto que ofrece beneficios como la hidratación profunda de la piel. La producción industrial asegura un control de calidad constante y una mayor capacidad de fabricación, manteniendo los estándares de pureza y efectividad en cada lote. Este jabón es ideal para quienes buscan opciones de cuidado personal sostenibles y orgánicas, aprovechando las propiedades refrescantes del pepino. Además, el empaçado del jabón utiliza cartón reutilizado, lo que refuerza el compromiso con el medio ambiente al reducir el impacto de los materiales plásticos. Su comercialización en ferias y mercados artesanales refleja el creciente interés por productos locales, hechos a mano y responsables con el entorno. Al



elegir este jabón, los consumidores no solo cuidan su piel, sino que también apoyan prácticas responsables y fomentan la economía local.

Figura 5

El proceso de producción del jabón de pepino.



Fuente: Santos Yilanis y Vásquez Kathleen, (2024).

Conclusiones

El estudio realizado sobre el mercado del jabón de pepino revela aspectos fundamentales para la comprensión de las preferencias y comportamientos de los consumidores en el contexto actual. Los resultados obtenidos reflejan una clara inclinación hacia productos naturales y orgánicos, lo que subraya la creciente conciencia de los consumidores sobre los beneficios de los ingredientes puros y sostenibles. En particular, la preferencia por la naturalidad del jabón, junto con la disposición a pagar precios más altos por productos orgánicos, indica un segmento de mercado dispuesto a invertir en opciones más saludables y responsables con el medio ambiente.

La ubicación geográfica de los encuestados también juega un papel crucial, destacando la importancia de dirigir estrategias de marketing hacia áreas como Panamá Oeste y la Ciudad de Panamá, donde se concentra la mayor parte de la demanda. Además,



la preferencia por canales digitales y redes sociales para la compra de este tipo de productos resalta la necesidad de adaptar las estrategias comerciales a las tendencias actuales del comercio electrónico.

El proceso de producción industrial, que combina técnicas tradicionales con un enfoque ecológico, no solo garantiza un producto de calidad, sino que también fortalece el compromiso con la sostenibilidad, un valor cada vez más valorado por los consumidores. La comercialización en ferias y mercados artesanales refuerza la conexión entre el producto y la economía local, lo que puede potenciar la percepción de autenticidad y responsabilidad en los consumidores.

Referencias bibliográficas

Ministerio de Desarrollo Agropecuario, (2023), Info estadísticas agrícola. Lo puedes encontrar en: <https://mida.gob.pa/infoestadisticas/?csrt=7488463382437163444>

Ministerio de Desarrollo Agropecuario, (2020), Info estadísticas agrícola. Lo puedes encontrar en: <https://mida.gob.pa/infoestadisticas/?csrt=7488463382437163444>

<https://mida.gob.pa/infoestadisticas/?csrt=7488463382437163444>

Censo agropecuario, (2011), contraloría general de la República de Panamá. Lo puedes encontrar en: <https://mida.gob.pa/infoestadisticas/?csrt=7488463382437163444>

InfoAgro (2011), El cultivo del pepino, párr.2. Lo puedes encontrar en:

https://www.infoagro.com/documentos/el_cultivo_del_pepino_parte_i.aspx

Parkin, Michael y Eduardo Loría Díaz (2010), Microeconomía, Pearson Educación, México. Lo puedes encontrar en:

https://www.researchgate.net/publication/47725078_Microeconomia_Version_para_Latino_america

Santos Yilanis y Vásquez Kathleen, (2024). Sondeo de jabón de pepino. Lo puedes encontrar en: https://docs.google.com/forms/d/1simgRxifLfyE_iXn-

Roger Miller Le Roy y Menier Roger, (2004), Microeconomía, McGraw Hill. Lo puedes encontrar en:

https://www.academia.edu/44522644/Miller_R_L_Meiners_R_E_1988_Microecono