



Ecuador – Julio 2017 - ISSN: 1696-8352

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA A HOGARES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, PERIODO 2015 – 2016

Raúl Heriberto Gómez Morales

Estudiante

Formación académica: Ciencias Administrativas. Ingeniería Comercial

Mail: j_raul_gomez@live.com.ar

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Tutor:

MBA. Fernando Dávila Medina

Mail: fdavilam@ulvr.edu.ec

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Raúl Heriberto Gómez Morales y Fernando Dávila Medina (2017): "Propuesta para la creación de una empresa de servicios de limpieza a hogares en la ciudad de Guayaquil, periodo 2015 – 2016", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (julio 2017). En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/empresa-limpieza.html>

Resumen

El presente trabajo de investigación está basado en el emprendimiento, tiene como objetivo elaborar un plan de negocio para la creación de una empresa en la ciudad de Guayaquil parroquia Tarqui, la finalidad es ofrecer servicios de limpieza a hogares, para mejorar la calidad de vida de quienes habitan en los domicilios dando solución al servicio que requieren y así aliviar tareas que deben realizar, en muchos casos después de sus jornadas laborales; se realizará aplicando procedimientos, métodos, técnicas, equipos tecnológicos y productos de buena calidad, apropiados para cada situación de limpieza; tendrá como razón social Hogar Limpio Gómez S.A. con el nombre comercial de HOLIGOSA; debido a la informalidad de muchos de estos negocios y poca competencia formal se planteó esta propuesta. Será un servicio innovador con personal calificado y maquinarias modernas que sale de lo convencional y no sea común.

El propósito de éste trabajo de investigación es realizar un plan de negocio que consiste en realizar el estudio de la empresa, estrategias, mercado y el análisis financiero, que se elaboró con: planes estratégicos, de marketing y financieros; analizar y definir misión, visión, objetivos, análisis FODA, PESTEL, EFE y EFI para identificar estrategias y poder ingresar al mercado, adaptar a la empresa para mejorar los resultados, la técnica de la Matriz de Porter que ayuda analizar los

factores internos y externos de HOLIGOSA, mediante los cuales podemos maximizar recursos y superar competencias.

En el capítulo uno planteamos: el problema a investigar, su tema, objetivos y justificación.

El capítulo dos describe conceptos de la elaboración de la empresa los cuales están relacionados con el desarrollo de la propuesta.

El capítulo tres es la obtención misma de información a través de estudio de campo en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil; se detalla el de tipo investigación, técnicas, instrumentos, población y muestra, como la elaboración de cuestionario, aplicación y análisis de resultados realizados a diferentes propietarios de viviendas.

Luego en el capítulo cuatro y cinco, concluye la propuesta que es el plan de negocios para la creación de empresa de servicio limpieza a hogares. Cada tema corresponde al trabajo investigado por el autor, para obtener los resultados deseados e ingresar al mercado, tener aceptación mantenerse y lograr el éxito esperado.

Palabras claves: Plan de empresa, estrategias, marketing, finanzas, entorno empresarial.

Abstract

This research is based on entrepreneurship, the aims is to develop a business plan for the creation of a business company in the city of Guayaquil, Tarquí's parish. The purpose is to provide cleaning services to households, and to improve the quality of life of those who spend their time at homes giving solution to the service that they require and thus alleviate tasks they must perform, in many cases after their working days. It will be carried out applying procedures, methods, techniques, technological equipment and products of good quality, which is appropriate for each cleaning situation; it will have a business name Hogar Limpio Gómez S.A. Under the trade name of HOLIGOSA; due to the informality of many of these businesses and little formal competition for that reason this proposal was raised.

It will be an innovative service with qualified staff and modern machinery that leaves the conventional and it will not be common.

The purpose of this research is to carry out a business plan which are consists of the following matter; the company study, strategies, market and financial analysis, which was made with: strategic, marketing and financial plans; to Analyze and define mission, vision, objectives, SWOT analysis, PESTEL, EFE and EFI, to identify strategies and to get into the market, adapt to the company to improve results, the technique of Porter Matrix that helps analyze internal and external aspect of HOLIGOSA, through which we can maximize resources and overcome skills.

In chapter one we propose: the problem to investigate, its subject, objectives and justification.

Chapter two describes concepts of the elaboration of the company which are related to the development of the proposal.

Chapter three is to get the information through a field study in the Tarquí's parish of the city of Guayaquil; it describe the type of techniques, instruments, population and sample, it was prepared a questionnaire, the application and analysis of results made to different homeowners.

Finally, in chapter four and five, it end with the proposal which is the business plan for the creation of cleaning Service Company to households. Each topic has been investigated by the author, to obtain the desired as a results and to get into the market business to have the approval and to achieve the expected success.

Keywords: Business plan, strategies, marketing, finance, business environment.

1. Introducción

1.1. Planteamiento del problema

En la ciudad de Guayaquil existen variedades de empresas, pequeñas, medianas y grandes empresas, que inician sus actividades desde muy temprano con jornadas que trascienden las ocho horas diarias y fines de semana, por este motivo no se tiene tiempo suficiente para las actividades de limpieza en el hogar.

Los hogares para sostener a su familia y encontrar el desarrollo sostenido y económico, necesitan más de un ingreso familiar; esto hace que ambas cabezas del hogar incursionen en el mundo laboral, dejando en segundo lugar las actividades propias del hogar entre ellas la limpieza, conocedores de esta problemática HOLIGOSA está para ofrecer los servicio de limpieza a las viviendas.

Nuestro lema es “un hogar saludable y limpio mejora la calidad de vida de la familia”, a su vez, un hogar que no se encuentre con un ambiente adecuado perjudica la salud y el estado de ánimo de su familia. Por lo tanto, requieren de una empresa de limpieza y de esa forma obtener el mejoramiento del entorno familiar.

El servicio está centrado en prestar ayuda a otra persona para dar solución a problemas de una necesidad, en general a personas que trabajan fuera del hogar. Por eso los servicios de limpieza se han convertido en una necesidad básica en los hogares que no cuentan con el tiempo necesario para las actividades de limpieza, en muchos casos resulta más económico contratar este tipo de servicio que tener una persona fija en realizarlo; de esta manera, los hogares no se verán afectados por los problemas de salud, higiene, espacios físicos descuidados que son proclives a enfermedades.

El planteamiento de la creación de una empresa que brinde servicios de limpieza a hogares en la ciudad de Guayaquil, busca cubrir la demanda a familias de clase social media, media alta y alta, aprovechando la escasa incursión de otras empresas similares, permitiendo ingresar a este mercado con un concepto nuevo e innovador.

1.2. Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Guayaquil mediante la utilización de estrategias y técnicas que nos permitan entrar en el mercado de las familias de clase social media, media alta y alta de la ciudad, dentro de la parroquia Tarqui.

1.3. Objetivos específicos

Los objetivos específicos en esta investigación son: (1) Elaborar plan estratégico, marketing y financiero de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Guayaquil el cual nos permita contar con una empresa sólida y estable. (2) Determinar las diversas estrategias y elaborar un estudio de mercado que permita desarrollar como empresa guayaquileña en el servicio de limpieza. (3) Revisar los instrumentos para estudiar el entorno donde se desarrollará los servicios

de limpieza a hogares de clase social media, media alta y alta, ubicados en la parroquia Tarqui. (4)
Identificar la viabilidad financiera o resultados económicos del plan de empresa para realizar este proyecto.

1.4. Justificación de la investigación

La razón por la cual se elabora este plan de negocio que ofrezca servicios de limpieza a viviendas en la parroquia Tarqui de Guayaquil, es que los hogares requieren de personas de confianza, honestos, con experiencia en esta labor; para la seguridad, bienestar en los domicilios.

La limpieza del hogar ha sido un tema muy complicado de llevar, tomando en cuenta que no es una actividad que requiere de unos cuantos minutos, sino horas en algunos casos; la salud de los miembros del hogar depende de la higiene que se le dé; por eso, un hogar limpio es un hogar sano.

Los servicios de limpieza a hogares cubren esa necesidad de higiene dentro del domicilio, desarrollando esas actividades que solo las amas de casa realizaban. Para poder realizar esta actividad se necesita contar con maquinaria y personal calificado; el tiempo que pueda hacer falta para la limpieza del domicilio será asumido por la compañía dedicada a esta actividad.

Guayaquil es una de las ciudades con mayor número de habitantes del Ecuador, con una gran actividad económica en donde se labora desde muy temprano, durante el día en algunos casos hasta la noche.

Con esto, se pretende demostrar la necesidad de crear una empresa de servicios de limpieza a hogares en la ciudad, con el fin de mejorar la calidad de vida dentro del hogar, de satisfacer las necesidades e incorporar el concepto innovador de nuestra empresa en la ciudad de Guayaquil.

2. Estado de Conocimiento o de arte

Actualmente, las empresas de servicio de limpieza a hogares han contribuido de modo significativo en salud, atuendo, descanso, entretenimiento, entre otras; siendo la limpieza el agente predominante para que la los habitantes de la ciudad de Guayaquil tengan situación óptimas de vida, tanto en la vivienda como en el sitio de trabajo. Teniendo en cuenta este punto de vista se identificó al servicio de limpieza como un requerimiento el cual debe ser determinado mediante la oferta de servicios de calidad que se adapten a las aspiraciones del cliente.

2.1. La importancia de la limpieza en los hogares

Para Morales de Coca (2013) por lo general la mayoría de las viviendas, convivimos con malos hábitos de limpieza, sustancias y circunstancias ambientales que consiguen afectar la salud de quienes residen; un caso muy frecuente es el incremento de alergias, parasitosis y estrés, incitadas por inexactitud de higiene y desorden de materiales del domicilio.

La realidad es que advertir ciertas circunstancias en nuestros domicilios hará que este ambiente sea más saludable. Por eso es de suma importancia la limpieza del hogar para impedir enfermedades.

2.2. Concepto Empresa. Es una organización social que utiliza una gran diversidad de recursos para conseguir objetivos establecidos (Crece Negocios, 2013)

2.3. El entorno empresarial

Para crear una nueva empresa hay que conocer el entorno en que se va a desenvolver; no es fácil, pero hay que identificar para poder adaptarnos.

Según González (2012), la compañía es un régimen vivo cuya supervivencia se juega casi únicamente de su desplazamiento de conformación al medio ambiente donde actúa. Para la creación de la nueva compañía es instruirse a conocer el contexto en que se desenvolverá la compañía.

2.3.1. El entorno próximo. Es propio de cada empresa, y en él se encuentra una serie de factores que inciden de manera clara y directa sobre ella. Los elementos más comunes son: Competencia, proveedores, clientes, suministradores, entidades financieras, administraciones públicas, sindicatos. (García del Junco, 2002)

2.3.2. El entorno general. Está constituido por un vínculo de factores externos a la compañía que realizan sobre ella una autoridad indirecta y disminución relevante, contigua que los del contexto próximo; puede incluso que su dominio sea potencial, es decir, que consiga darse o no a lo largo del tiempo. Estos factores suelen congregarse por su entorno, y los grupos más destacables son: factores económicos, factores demográficos, factores socioculturales, factores políticos factores legales, factores tecnológicos. (García del Junco, 2002)

2.4. Plan de Empresa. El plan de compañía es el instrumento indispensable para la puesta en marcha y persecución de la nueva compañía en sus iniciales años de vida, ya que sujetará la perspectiva de futuro del emprendedor. Ha de ser la proyección que le exteriorice en sus primeros años cuál ha de ser el rumbo a seguir. (González, 2012)

El plan estratégico, financiero y el procedimiento de marketing son suplementarios y componen los cimientos fundamentales del plan de compañía.

2.4.1. Plan estratégico. Es componente clave del plan de compañía, ya que en él se señalará el modelo de todas las funciones que deberán realizarse para la creación, puesta en marcha y posterior trabajo de la futura compañía. Debe tener los siguientes elementos: nombre comercial, forma jurídica, objeto social, objetivos, producto, marcas, mercado objetivo, clientes y consumidores, imagen y posicionamiento, ventajas competitivas, localización, instalaciones, dimensión. (González, 2012)

2.4.2. EL plan de marketing. Para la creación y puesta en camino de una nueva compañía es la consecuencia de la elaboración de las disposiciones comerciales de la compañía. (González, 2012)

2.4.3. EL plan financiero. Su propósito primordial es manifestar la viabilidad del proyecto institucional, tanto bancaria como económicamente. (González, 2012)

3. Materiales y métodos

Este artículo se logra realizar por medio de las siguientes fuentes: (1) libros, sitios web y trabajo de campo; (2) Encuestas realizadas a las personas de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, que reflejaron datos favorables para el estudio de este proyecto que indican que sería de gran ayuda crear una empresa que ofrezca servicios de limpieza; (3) la técnica de la observación que por cuenta propia se ve el fenómeno y en el contexto en que ocurre lo que se está investigando, con la finalidad de registrar la información; (4) el cuestionario como instrumento

que contiene preguntas específicas para realizar las encuestas y realizar la correcta tabulación estadística.

Tiene enfoque cuantitativo ya que se emplea principalmente en estudios sobre muestras grandes de sujetos seleccionados por métodos de muestreo probabilístico y aplicación de cuestionarios.

3.1. Delimitación o alcance del artículo

Campo: Empresa y Gestión

Área: Creación de empresas

Aspecto: Plan de Empresa

Tema: Propuesta para la creación de una empresa de servicios de limpieza a hogares en la ciudad de Guayaquil, periodo 2015 - 2016

Delimitación geográfica: Provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil.

Delimitación espacial: Parroquia Tarqui

4. Análisis de la demanda y oferta. El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales de estudios de proyectos, se refiere a la cantidad de un servicio de limpieza que los clientes de la ciudad de Guayaquil están dispuestos a adquirir. En el análisis de la investigación de campo realizada, tenemos los siguientes datos para el cálculo de la actual demanda del servicio y proyección de la misma.

Tabla 1 Demanda de servicios

Descripción	Cantidad
Universo	99.275
Muestra	118
Personas que desean el servicio	77 %
Personas que no desean el servicio	23 %

Elaborado por: Raúl Gómez

Con los cálculos realizados, resultado del estudio de campo, se interpretó que el total de universo, muestra, personas que desean y no requieren el servicio. Estos datos son necesarios para la proyección de la demanda. Según los datos de Ecuador en Cifras (2010), la población y tasa de crecimiento intercensal anual es 1.58%, datos que ayudaron a proyectar la demanda para el desarrollo del proyecto.

Tabla 2 Proyección de la demanda

Periodo	N° de personas que desean el servicio	Tasa de crecimiento anual	Aumento de la demanda	Demanda proyectada
2016	76.442			76.442
2017	77.650	1.58%	1.208	78.877
2018	78.877	1.58%	1.246	80.123
2019	80.123	1.58%	1.266	81.389
2020	81.389	1.58%	1.286	82.675

2021	82.675	1.58%	1.306	83.981
------	--------	-------	-------	--------

Elaborado por: Raúl Gómez

Con esta información estimamos que para el 2021, la cantidad de hogares con interés en recibir los servicios de limpieza incrementaría de 76.442 a 83.981, lo que significa un incremento de 9.86%, 7.539 familias en cinco años.

4.1. Análisis de la oferta. Las proyecciones de las ofertas son determinadas a través de datos históricos de las empresas vinculadas al área de limpieza y mantenimiento de hogares en la ciudad de Guayaquil, determinado los costos que se hacen en el servicio y el esfuerzo por cada hogar limpio, dicha toma de valor y costos son definidos con porcentajes anuales del incremento poblacional que está en el 1.58%, según datos de Ecuador en Cifras (2010).

Tabla 3 Análisis de la oferta

Descripción	Cantidad
Universo	99.275
Muestra	118
Hogares que necesitan limpieza	62 %
Hogares que no necesitan limpieza	38 %

Elaborado por: Raúl Gómez

Tabla 4 Proyección de la oferta

Periodo	N° de hogares que necesitan limpieza	Tasa de crecimiento anual	Aumento de la demanda	Oferta proyectada
2016	61.551			61.551
2017	61.551	1,58%	972	62.523
2018	62.523	3,16%	1.975	64.498
2019	64.498	4.74%	3.083	67.581
2020	67.581	6,32%	4.271	71.852
2021	71.852	7,90%	5.676	77.528

Elaborado por: Raúl Gómez

Para el 2016, la cantidad de hogares que requieren el servicio sería de 61.551 hogares como año base; de acuerdo a la proyección para el 2017 tendremos 62.523 hogares representando el 3,16% del año inmediato inferior; al llegar al quinto año nuestra proyección alcanza un 7.90%, equivalente a 77.528 hogares que necesiten del servicio.

5. Estudio Técnico. Comprende la operatividad, funcionalidad y análisis de viabilidad financiera del proyecto, determinará los requerimientos de la empresa de servicios de limpieza a hogares para la operación y el monto de inversión que corresponde, la localización.

5.1. Misión. Mejorar la calidad y el estilo de vida de los consumidores y sus seres queridos dando soluciones de limpieza a domicilio, con personal responsable que utiliza;

procedimientos, métodos, técnicas, productos y equipos tecnológicos de buena calidad apropiados para cada situación.

5.2. Visión. Ser la mejor compañía de servicios de limpieza a domicilio en Guayaquil y lograr en 5 años posicionarse como una de las mejores empresas en limpieza de hogares, comprometidos con los colaboradores y clientes, enfocados en crecer a nivel nacional.

5.3. Objetivos Específicos. Tenemos los siguientes: (1) Alcanzar un crecimiento progresivo en el mercado local. (2) Desarrollar actividades basándose en una cultura de calidad y competitividad. (3) Aplicar las estrategias, desarrollar un estudio serio y competitivo de mercado que permita desenvolver como empresa en el servicio de limpieza de hogares.

5.4. Análisis PESTEL y Matriz FODA. Se analizó el entorno, en el cual se va a desarrollar la propuesta de servicios de limpieza a hogares para identificar las influencias del ambiente y tener una visión global del mercado y su entorno.

Tabla 5 Análisis PESTEL

Factores	Tendencias	Cambios en relación a grupos de interés	Efectos probables	Oportunidades /Amenazas
Políticos	Regulaciones tributarias.	Disminuye la rentabilidad.	Limitación en objetivos estratégicos.	Amenaza
	Nuevo acuerdo comercial	Eliminación de barreras arancelarias.	Bajan costos en derivados del petróleo.	Oportunidad
Económicos	Tasas de inflación, e interés.	Indicadores positivos.	Orienta a la inversión y al desarrollo de la empresa.	Oportunidad
	Estabilidad monetaria.	Confianza en inversión	Captar mercado de consumidores de servicios y bienes	Oportunidad
	Facilidades de crédito.	Relación del banco con clientes. Ser flexibles en los tramites	Aprobación del crédito	Oportunidad
Sociales	Patrón alto de compras.	Capacidad de adquirir servicios y adicionales en la limpieza	Ampliación de servicios ofrecidos.	Oportunidad
	Familias Pudientes.	Capacidad de pago. Servicios de limpieza constante.	Capitación de mercado.	Oportunidad
	Incremento poblacional.	Nuevas opciones habitacionales.	Amplitud del espectro inmobiliario comercial.	Oportunidad
	Equipos de limpieza adecuados y modernos.	Rapidez, calidad y ahorro de insumos.	Rentabilidad por eficiencia de la tecnología.	Oportunidad

Tecnológicos	Fácil acceso a redes sociales.	Promoción constante e información detallada de los servicios.	Información directa a través de medios digitales y redes sociales.	Oportunidad
Legales	Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental.	Manejo adecuado de los desechos.	Garantía y seguridad al cliente.	Oportunidad
	Leyes laborales.	Rotación del personal (Despidos)	Control de acciones y actividades en el trabajo	Amenaza

Elaborado por: Raúl Gómez

Tabla 6 Matriz FODA

	Fortalezas	Debilidades
	1. Experiencia del personal en el manejo de utensilios de hogar 2. Excelente atención al cliente 3. Tecnología moderna para la limpieza y mantenimiento 4. Precios accesibles e iguales a la competencia.	1. Poco conocimiento del mercado. 2. Escasa diferenciación entre ciertos productos de limpieza. 3. Falta de estructura organizativa. 4. La empresa no es conocida en el medio
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
1. Mercado creciente de familias jóvenes que laboran. 2. Aumento de viviendas y crecimiento de ciudadelas. 3. Equipos de limpieza e insumos adecuados nulos en los hogares. 4. Familias pudientes, capacidad de pago.	(1,2) Aprovechar la experiencia en el manejo de utensilios de hogar para una mayor aceptación en el mercado. (3,1) Aprovechar la tecnología moderna para atender en aumento del mercado de familias jóvenes que laboran.	(1,2) Realizar estudio de mercado para la aceptación del servicio a ofrecer y el crecimiento hogares. (2,4) Seleccionar proveedores garantizados de productos de limpieza para dar un servicio de calidad y conseguir la fidelidad del cliente por ende ser remunerado.
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
1. Crecimiento del mercado y de la competencia. 2. Empresas informales. 3. Altos niveles de exigencia de clientes respecto a calidad, precio y variedad. 4. Empresas con presencia en el mercado.	(3,3) Seleccionar proveedores con tecnología garantizada para cubrir las exigencias de los clientes. (4,1) Mantener precios accesibles, para aumentar la competitividad en el mercado.	(1,3) Realizar un estudio de mercado para lograr una correcta distribución de los servicios de la empresa para cubrir las exigencias de los clientes. (4,2) Hacer reconocida a la empresa para generar confianza y hacer frente a las empresas informales.

Elaborado por: Raúl Gómez

6. Conclusiones

Es viable la creación de una empresa de servicios de limpieza, poniendo énfasis en prestar ayuda a los hogares, entonces podemos decir que HOLIGOSA apunta a prestar servicios a hogares que por diversas razones, ocupaciones y/o misceláneos requieren de nuestra ayuda; nos sustentamos de acuerdo a la investigación del estudio de mercado realizados.

Existe una leve competencia, pero todavía utilizan, métodos rudimentarios y empíricos, mientras que nuestra propuesta está realizada desde capacitación humana y maquinaria con avance tecnológico.

Los resultados financieros son positivos lo que nos permitirá de manera rentable y sostenible, satisfacer las necesidades de nuestros clientes y además capacitar e innovar nuestra institución ubicada en la ciudad de Guayaquil.

La evaluación financiera arroja indicadores positivos entre ellos el tiempo de recuperación de la inversión relativamente corta, además manifestando una proyección de crecimiento notable.

Al darnos a conocer en el mercado y a la vez enfrentar a la competencia, estamos brindando una nueva fuente de ingresos económicos, lo que nos permite crear fuentes de empleo y dar un buen servicio en el campo de limpieza, en especial a los hogares que por su actividad laboral se les hace complicado los quehaceres domésticos.

7. Recomendaciones

Brindar un servicio de confianza, calidad y calidez, teniendo como principal objetivo el mejoramiento continuo e innovador en el servicio, debe ser la estrategia fundamental para mantenernos en el mercado.

Seleccionar personal honrado y capacitado para impartir el servicio con la finalidad de satisfacer los requerimientos del cliente y el incremento de la demanda e implementar sucursales en diferentes puntos de la ciudad.

Es necesario utilizar los diversos canales de publicidad de preferencia portales web, reflejados en el estudio de mercado, es decir campañas publicitarias, mediante correos electrónicos, páginas web, portales, blog y redes sociales.

Finalmente, recomendamos realizar inversión de capital en la apertura de nuevas agencias en otras ciudades del Ecuador para de esa manera poder ofrecer nuestro servicio a nivel nacional.

8. Referencias

González, F. J. (2012). *Creación de empresas guía del emprendedor*. Madrid: PIRÁMIDE.

Franklin Fincowsky, E. B. (2009). *ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS*. MÉXICO: MC GRAW GILL.

ecuadorencifras.gob.ec. (2010) Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf

Morales de Coca, R. (2013). Limpieza doméstica. Málaga. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/ulaicavrsp/detail.action?docID=11126357&p00=importancia+limpieza+hogares>