Opositando

Tema 1: La Empresa. Concepto. Elementos determinantes del funcionamiento. Sectores de producción. Tipos de empresa. Objetivos de la empresa.

25 de septiembre de 2026

Síguenos en Instagram y entérate de nuestras últimas actualizaciones:

opositando.shop

Índice

1. Introducción 1
2. Conceptualización de la empresa 1
   - 2.1 Definición y carácter de la empresa 1
   - 2.2 Naturaleza jurídica y función social 2
3. Elementos determinantes del funcionamiento empresarial 3
   - 3.1 Elementos humanos 3
   - 3.2 Elementos materiales y tecnológicos 3
   - 3.3 Elementos inmateriales 4
   - 3.4 Factores organizativos y entornos 4
4. Sectores de producción 5
   - 4.1 Sector primario 5
   - 4.2 Sector secundario 5
   - 4.3 Sector terciario 6
   - 4.4 Sectores emergentes y nuevas clasificaciones 6
5. Tipos de empresa 7
   - 5.1 Clasificación según propiedad del capital 7
   - 5.2 Clasificación por su tamaño 7
   - 5.3 Clasificación por ámbito de actuación 8
   - 5.4 Clasificación por su forma jurídica 8
6. Objetivos de la empresa 9
   - 6.1 Objetivos económicos 9
   - 6.2 Objetivos sociales 9
   - 6.3 Equilibrio de objetivos y enfoque actual 10
7. Implicaciones didácticas en el contexto educativo 10
8. Conclusión 12
9. Bibliografía 13

1. Introducción

El estudio sobre la empresa y su funcionamiento constituye un pilar fundamental en la formación de los futuros profesionales de la gestión administrativa. Comprender en profundidad qué es una empresa, qué elementos determinan su funcionamiento, cómo se clasifica y cuáles son sus objetivos resulta imprescindible en el contexto del mercado actual, caracterizado por su dinamismo y por la influencia creciente de la globalización y las nuevas tecnologías. Este conocimiento es igualmente relevante para aquellos que aspiran a ejercer funciones docentes en el ámbito de la Formación Profesional, ya que permite transmitir al alumnado una visión realista, actualizada y fundamentada de la actividad empresarial. Asimismo, la empresa es una organización social y económica que contribuye al desarrollo de la sociedad y a la generación de bienestar, por lo que su estudio trasciende el ámbito económico y se adentra en consideraciones de carácter ético y social.

La inclusión de este tema en los programas de Formación Profesional responde al reconocimiento normativo y pedagógico de la importancia que tiene para la ciudadanía comprender los fundamentos del tejido empresarial. El desarrollo de competencias relacionadas con el análisis de la empresa y su contexto permite una mejor adaptación a las exigencias del mercado laboral y promueve una actitud responsable ante los retos que plantea la economía actual (LOMLOE, 2020; RD 659/2023). Es por tanto esencial abordar de modo profundo y crítico los aspectos fundamentales de la empresa: su concepto, los factores que inciden en su éxito y funcionamiento, la variedad de sectores y modelos empresariales y las principales metas que persigue cualquier organización empresarial.

2. Conceptualización de la empresa

2.1 Definición y carácter de la empresa

La empresa puede definirse como la organización económica constituida por la combinación de factores productivos con el objetivo de producir bienes o servicios destinados al mercado, asumiendo un riesgo y persiguiendo una finalidad lucrativa o social. Esta concepción se encuentra recogida en la doctrina económica clásica y ha sido desarrollada por numerosos autores, que subrayan la necesidad de integrar en la definición de empresa tanto la dimensión económica como la social.

El carácter de la empresa es esencialmente dinámico y polifuncional. Así, en el contexto actual, la empresa ha de responder a cambios constantes en el entorno, adaptando su estructura y actividades con rapidez. Por ejemplo, una empresa textil tradicional puede transformarse mediante la introducción de nuevos procesos logísticos y canales de venta digitales, requiriendo por tanto una gestión emprendedora y flexible que permita la renovación continua de sus sistemas de trabajo y de su propuesta de valor al cliente.

En suma, la empresa actúa como agente intermediario entre los recursos existentes en la sociedad (**tierra**, trabajo, capital y tecnología) y las necesidades del consumidor, articulando esta relación a través de la toma de decisiones orientadas a la consecución de objetivos que pueden ser variados y, en ocasiones, contradictorios.

2.2 Naturaleza jurídica y función social

Una característica clave de la empresa es su **naturaleza jurídica**, que determina su existencia formal e identifica a la persona o personas responsables de su gestión y obligaciones. Esta dimensión se materializa a través de diversas formas jurídicas (sociedades anónimas, limitadas, cooperativas, empresarios individuales, etc.) y regula aspectos esenciales como la responsabilidad patrimonial, la fiscalidad y la estructura organizativa.

Por ejemplo, mientras una *sociedad limitada* limita la responsabilidad de los socios al capital aportado, una *empresa individual* implica la asunción del riesgo empresarial de manera ilimitada por parte del empresario. Esta diferencia tiene importantes consecuencias prácticas, tanto para la gestión diaria como en la relación con terceros.

En el momento actual, la empresa no sólo es un sujeto económico, sino que se le reconoce también una **función social** relevante. Esta función se manifiesta en su capacidad para generar empleo, innovar, contribuir al desarrollo local y respetar principios éticos y de sostenibilidad. Por ejemplo, muchas empresas farmacéuticas, ante la reciente crisis sanitaria global, han demostrado su función social acelerando la investigación y producción de vacunas, muestra clara de la interrelación entre interés particular y beneficio colectivo.

Cabría recordar que la normativa española, en consonancia con la normativa europea, contempla la relevancia del impacto social y ambiental de las empresas, especialmente en el Código de Buen Gobierno Corporativo, donde se recomienda a las sociedades cotizadas considerar su impacto sobre el entorno y la comunidad.

3. Elementos determinantes del funcionamiento empresarial

3.1 Elementos humanos

Los elementos humanos integran el núcleo esencial de cualquier organización empresarial. Se refiere no solo a los trabajadores, sino a todas las personas que intervienen en la vida de la empresa, incluyendo los propietarios, directivos y, en su caso, socios, clientes y proveedores.

La gestión adecuada del capital humano resulta determinante para la competitividad y la sostenibilidad empresarial. Por ejemplo, una empresa tecnológica que invierte en la formación continua de sus empleados en nuevas herramientas de programación no solo incrementa su capacidad de innovación, sino que también mejora su posicionamiento en un mercado altamente cambiante y globalizado.

El capital humano no se reduce a la cantidad de trabajadores, sino que se refiere fundamentalmente a su cualificación, actitud, motivación y compromiso. La implantación de sistemas de gestión participativa, como la dirección por objetivos o la promoción del teletrabajo, representa estrategias que impactan favorablemente en el rendimiento y clima laboral, configurando así organizaciones más ágiles y resilientes.

3.2 Elementos materiales y tecnológicos

Los elementos materiales comprenden todos los bienes tangibles de los que se sirve la empresa para el desarrollo de su actividad. Es decir, instalaciones, maquinaria, equipos informáticos, materias primas, y en general los activos físicos necesarios para la producción de bienes o la prestación de servicios.

En la actualidad, la tecnología se consolida como un elemento clave: la digitalización de procesos, la automatización industrial y la incorporación de infraestructuras inteligentes están transformando los modelos de producción y de negocio. Un ejemplo ilustrativo es el de una empresa logística que implementa un sistema de gestión automatizada de almacenes mediante robótica y sensores IoT (Internet de las cosas), logrando así reducir tiempos de preparación de pedidos y minimizar errores en la distribución.

El acceso, renovación y actualización de los elementos materiales y tecnológicos se configura como factor estratégico para la continuidad y la **expansión** de la empresa, ya que permite adaptarse a

las nuevas demandas del consumidor y a los requisitos normativos y medioambientales crecientes, como los referidos a la eficiencia energética o la reducción del impacto ambiental.

3.3 Elementos inmateriales

Frente a los elementos tangibles, la empresa cuenta además con una serie de elementos inmateriales que, en la economía de la información y el conocimiento, adquieren una importancia creciente. Se incluyen aquí el know-how, la reputación de la empresa, el capital intelectual, las patentes y marcas, los derechos de propiedad industrial e intelectual, la cultura corporativa y la estructura organizativa.

Por ejemplo, una empresa que ha registrado una patente para un nuevo diseño de motor de bajo consumo dispone de una ventaja competitiva directa, mientras que una marca reconocida, como sucede en el sector moda, permite fidelizar clientes y acceder a mercados internacionales más fácilmente.

La gestión estratégica de los intangibles se traduce en acciones como la protección mediante patentes, el desarrollo sostenible de la imagen pública y la implantación de políticas de responsabilidad social corporativa. Autores como Wernerfelt (1984) han defendido la importancia de los recursos intangibles como fuente de ventaja competitiva sostenible.

3.4 Factores organizativos y entornos

Más allá de los recursos, el funcionamiento de la empresa está condicionado por factores organizativos: la estructura jerárquica, los sistemas de información interna, la distribución de funciones y responsabilidades, así como la cultura corporativa que preside la organización.

Por ejemplo, una empresa con estructura matricial puede responder de manera más eficiente ante proyectos complejos y multidisciplinares, favoreciendo la colaboración entre departamentos y la resolución ágil de problemas.

Paralelamente, el **entorno empresarial** influye decisivamente sobre la toma de decisiones; este entorno puede distinguirse en el interno, propio de la organización, y el externo, que comprende el entorno general (político, económico, social y tecnológico) y el entorno específico del sector o del mercado en que opera la empresa. La emergencia de nuevas regulaciones ambientales, como la obligatoriedad de reportar la huella de carbono, afecta directamente a las políticas de inversión y operativa de muchas organizaciones.

En síntesis, los elementos que determinan el funcionamiento empresarial requieren ser gestionados desde una perspectiva coordinada y estratégica, integrando recursos materiales e inmateriales, personas y sistemas, con el fin último de maximizar la eficacia, la eficiencia y la sostenibilidad de la actividad empresarial.

4. Sectores de producción

4.1 Sector primario

El sector primario comprende las actividades económicas relacionadas con la obtención directa de recursos naturales. Se incluyen en este sector la agricultura, ganadería, pesca, minería y silvicultura. Estas actividades proporcionan las materias primas necesarias para el resto de los sectores productivos.

Por ejemplo, una explotación agrícola dedicada a la producción ecológica de hortalizas actúa como proveedor primario de las empresas del sector agroalimentario, que a su vez transforman dichos productos para su comercialización.

El sector primario suele estar condicionado por factores como la climatología, la disponibilidad de recursos naturales, la innovación en técnicas de explotación y, cada vez más, por el impacto de los cambios regulatorios en materia medioambiental y seguridad alimentaria.

4.2 Sector secundario

El sector secundario engloba las actividades industriales encaminadas a la transformación de las materias primas procedentes del sector primario en productos elaborados o semielaborados. Incluye la industria, la construcción y la producción de energía.

Una empresa fabricante de calzado, por ejemplo, adquiere cuero (materia prima) y lo somete a diversos procesos industriales de curtido, corte, cosido y acabado, generando así bienes de consumo destinados tanto al mercado nacional como internacional.

La evolución del sector secundario está marcada por el avance tecnológico, la automatización de los procesos, la calidad de la producción y el cumplimiento de normativas técnicas y medioambientales, así como por la integración en cadenas globales de suministro.

4.3 Sector terciario

El sector terciario se identifica con el conjunto de actividades orientadas a la prestación de servicios. Comprende servicios personales (comercio, turismo, sanidad, educación), financieros, de transporte y comunicaciones, entre otros.

Por ejemplo, una empresa especializada en consultoría jurídica asesora a otras organizaciones en materia de cumplimiento normativo, sin transformar ningún bien material, pero aportando alto valor añadido a través de su conocimiento y experiencia.

Tradicionalmente, se ha considerado que las sociedades avanzan hacia una economía de servicios, como refleja la situación de España, donde el sector terciario representa en torno a dos tercios del valor añadido bruto. La aparición de nuevas formas de prestación de servicios vinculadas a la economía digital, como las plataformas de e-commerce o la externalización de procesos (outsourcing) a nivel internacional, está redefiniendo el alcance y la estructura del sector.

4.4 Sectores emergentes y nuevas clasificaciones

A la división clásica en sectores primario, secundario y terciario, se han añadido conceptos como el **sector cuaternario** y el **sector quinario**, que reflejan la importancia creciente de la economía del conocimiento y los servicios avanzados.

El sector cuaternario engloba actividades basadas en el conocimiento: TIC, I+D+i, consultoría avanzada, educación superior, etc. Así, una start-up que desarrolla algoritmos de inteligencia artificial para la gestión de datos empresariales se sitúa claramente en esta categoría, diferenciándose de los servicios tradicionales por su alto componente intelectual y creativo.

El sector quinario incluye actividades de toma de decisiones y servicios de alta responsabilidad, como la gestión pública, la sanidad y la educación. Estas actividades contribuyen decisivamente al bienestar colectivo y a la cohesión social.

El reconocimiento de estos nuevos sectores responde a la necesidad de adaptar la categorización económica a las transformaciones derivadas de la globalización, el desarrollo tecnológico y la terciarización de la economía.

5. Tipos de empresa

5.1 Clasificación según propiedad del capital

Una primera clasificación de las empresas atiende a la **propiedad del capital**, distinguiéndose básicamente entre empresas privadas, públicas y mixtas. Las privadas se financian con capital procedente exclusivamente de particulares o entidades privadas; las públicas pertenecen a organismos públicos y responden a finalidades de interés general; las mixtas combinan capital privado y público.

Por ejemplo, una empresa del sector ferroviario gestionada por una administración autonómica y empresas privadas de transporte sería una empresa mixta. En el caso de las empresas públicas, Renfe Operadora representa un caso paradigmático en el ámbito del transporte ferroviario.

Esta distinción afecta a los objetivos, la gestión y el control de la empresa, así como a su mayor o menor vinculación al interés colectivo.

5.2 Clasificación por su tamaño

Atendiendo al tamaño, las empresas se suelen clasificar en microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas, según criterios establecidos en la normativa de la Unión Europea y en la legislación española.

Entre los criterios más habituales se encuentran el número de empleados, el volumen de negocios y el balance general anual. Así, por ejemplo, una microempresa emplea a menos de 10 personas y tiene un volumen de negocio anual o un balance general anual no superior a 2 millones de euros, mientras que una empresa mediana emplea a menos de 250 personas y puede tener un volumen de negocio anual de hasta 50 millones de euros.

La importancia de la clasificación por tamaño radica en que determina el acceso a ayudas públicas, la fiscalidad aplicable y la capacidad de negociación frente a otras empresas y organismos, influyendo además en la cultura y estructura de la organización. Así, una gran empresa multinacional suele poseer una estructura jerárquica y departamental compleja, mientras que una pequeña empresa de servicios puede funcionar de manera más flexible y próxima a su clientela.

5.3 Clasificación por ámbito de actuación

Según el ámbito geográfico en el que desarrollan su actividad, las empresas pueden ser locales, regionales, nacionales, multinacionales o transnacionales. Esta clasificación permite analizar el grado de internacionalización y la capacidad de expansión de la organización.

Por ejemplo, una panadería familiar puede limitar su actividad al ámbito local, abasteciendo únicamente a su barrio, mientras que una empresa tecnológica multinacional, como sucede en el sector del software, comercializa sus productos y servicios en multitud de países y sectores, debiendo enfrentarse a legislaciones y culturas empresariales diversas.

La proyección internacional implica una complejidad y unos retos considerables en términos de gestión logística, adaptación de producto y estrategia comercial, siendo objeto habitual de estudio en el ámbito de la gestión administrativa.

5.4 Clasificación por su forma jurídica

La forma jurídica es decisiva en la organización y funcionamiento de la empresa. Entre las principales formas jurídicas se incluyen el empresario individual, las sociedades de personas (sociedad civil, sociedad colectiva, etc.), las sociedades de capital (sociedad limitada, sociedad anónima), las cooperativas, y entidades sin ánimo de lucro.

Por ejemplo, una **sociedad limitada** (S.L.) representa una forma idónea para pequeños y medianos negocios por la flexibilidad de su constitución y la limitación de la responsabilidad a las aportaciones realizadas por los socios. Una **cooperativa** presenta un modelo democrático de gestión y prioriza la satisfacción de las necesidades comunes de sus miembros frente a la búsqueda del lucro.

La elección de la forma jurídica de una empresa condiciona de manera significativa aspectos esenciales de su funcionamiento, como la tributación, la responsabilidad de los socios, los órganos de gobierno, el acceso a financiación, la transmisión de participaciones y el régimen laboral. Esta decisión no solo determina la estructura legal y administrativa de la empresa, sino que también influye en su capacidad para crecer, atraer inversores y gestionar los riesgos asociados a la actividad económica. Por ello, resulta fundamental para diseñar la estrategia empresarial y garantizar la viabilidad, sostenibilidad y estabilidad de la empresa a largo plazo.

6. Objetivos de la empresa

6.1 Objetivos económicos

El objetivo primordial de la empresa, desde la óptica tradicional, es la obtención de beneficios económicos a través de la producción y comercialización de bienes y servicios. Este objetivo se expresa en la maximización del beneficio (B) definido como:

$$B = IT - CT$$

donde IT representa los ingresos totales y CT los costes totales.

Sin embargo, el beneficio económico no se reduce a la obtención de ganancias en el corto plazo, sino que implica la optimización de los recursos disponibles, la rentabilidad de las inversiones y la generación de valor para los accionistas. Por ejemplo, una empresa del sector de energía renovable puede fijarse como objetivo estratégico obtener un retorno sobre la inversión del 10 % anual, para lo cual debe gestionar eficientemente sus recursos financieros, técnicos y humanos.

Además, la búsqueda del beneficio se matiza en función del entorno competitivo, la regulación sectorial, el coste de oportunidad y la estrategia de mercado adoptada por la organización.

6.2 Objetivos sociales

La empresa moderna asume responsabilidades que exceden el ámbito puramente económico, integrando **objetivos sociales** que abarcan desde el respeto a los derechos laborales hasta la promoción de la igualdad de género, la sostenibilidad ambiental y el desarrollo local.

Un ejemplo relevante es el de las empresas de distribución que adoptan políticas de comercio justo, estableciendo condiciones éticas de aprovisionamiento y colaborando con productores de países en desarrollo, incluso a costa de reducir sus márgenes de beneficio a corto plazo.

Del mismo modo, muchas grandes empresas han incorporado a su estrategia políticas de responsabilidad social corporativa, como programas de voluntariado empresa, reducción de emisiones contaminantes y apoyo a colectivos desfavorecidos.

La inclusión de objetivos sociales en la gestión empresarial responde a una visión más amplia de la empresa como agente de cambio, en línea con las recomendaciones de organismos internacionales

como la OCDE, y se ha reforzado tras la aprobación de normativas como la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas.

6.3 Equilibrio de objetivos y enfoque actual

En la empresa contemporánea, la necesidad de equilibrar los **objetivos económicos** y **objetivos sociales** se ha convertido en una cuestión central para la sostenibilidad a largo plazo. La generación de beneficios debe conciliarse con el respeto a los grupos de interés (empleados, accionistas, clientes, proveedores, comunidad local y medio ambiente) y la creación de valor compartido.

Por ejemplo, una empresa industrial dedicada a la fabricación de productos químicos que invierte en procesos de reciclaje de aguas residuales y que desarrolla fórmulas menos contaminantes responde tanto a la demanda social de sostenibilidad como al interés económico de acceder a mercados internacionales cada vez más exigentes en estándares medioambientales.

Ello supone un cambio de paradigma en la gestión empresarial, donde la **triple cuenta de resultados** (económica, social y ambiental) constituye un marco de referencia para la toma de decisiones, la medición del desempeño y la rendición de cuentas ante la sociedad. En ese sentido, Porter y Kramer (2011) proponen el concepto de "valor compartido", por el que la empresa orienta su actividad hacia la consecución de resultados positivos para todos los stakeholders, sin renunciar a la rentabilidad.

La integración de estos objetivos requiere nuevos instrumentos de gestión, como los sistemas de indicadores no financieros, auditorías sociales y memorias de sostenibilidad, destacando la importancia de la transparencia, el diálogo social y la responsabilidad ética.

7. Implicaciones didácticas en el contexto educativo

La enseñanza del fenómeno empresarial dentro del currículo de Formación Profesional, especialmente en ciclos relacionados con la gestión administrativa, responde a la necesidad de dotar al alumnado de los conocimientos y competencias indispensables para comprender la realidad económica y ser capaces de desenvolverse en entornos productivos complejos. La **Ley Orgánica 3/2020 (LOMLOE)**, en su Artículo 39, establece que la Formación Profesional comprende el conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica.

El **Real Decreto 659/2023**, que regula la nueva ordenación de la Formación Profesional en España, incide asimismo en el desarrollo de competencias orientadas a la comprensión de la empresa como unidad económica y social. En su preámbulo se destaca la importancia de la formación en emprendimiento, gestión empresarial responsable y análisis crítico del entorno productivo, alineando la política educativa con las exigencias de un mercado laboral cada vez más diverso y exigente.

Desde la perspectiva didáctica, la creación de situaciones de aprendizaje activas y contextualizadas sobre la empresa permite:

- Favorecer el **análisis crítico** y la comprensión de la estructura y funcionamiento de organizaciones reales. Por ejemplo, proponiendo trabajos de investigación sobre empresas locales, análisis DAFO, simulaciones y estudios de caso que desarrollen la capacidad de diagnóstico y toma de decisiones en el entorno empresarial.
- Reforzar las **competencias profesionales** vinculadas a la gestión, como la contabilidad, el control administrativo, la gestión de recursos humanos y la planificación estratégica, elementos esenciales en el perfil profesional del técnico en gestión administrativa.
- Potenciar el **espíritu emprendedor** y la iniciativa, promoviendo en el alumnado la capacidad de identificar oportunidades, evaluar riesgos y diseñar proyectos empresariales viables y sostenibles, tal y como señala la LOMLOE cuando contempla el fomento del espíritu emprendedor.
- Sensibilizar sobre la importancia de la **responsabilidad social empresarial**, el respeto por la legalidad laboral, la conciliación familiar, la igualdad de género, el desarrollo sostenible y la participación ciudadana, asignando a la empresa un papel activo en la transformación social.
- Preparar al alumnado para el **trabajo colaborativo**, el manejo de la información y la resolución de problemas, competencias transversales necesarias en el contexto de la economía digital y globalizada.

La interrelación entre el currículo de Formación Profesional y las competencias que demanda el mundo empresarial actual exige una formación dinámica e inclusiva, capaz de adaptarse a los constantes cambios del tejido productivo y a las necesidades individuales y colectivas del alumnado. Por tanto, la aproximación didáctica a la empresa debe ser integral, actualizada y comprometida con los principios de calidad, equidad y desarrollo personal y profesional que la normativa educativa promueve.

8. Conclusión

El análisis de la empresa desde la perspectiva de la gestión administrativa exige un enfoque multidimensional que abarque su definición como organización económica y social, los diversos elementos que inciden en su funcionamiento, los diferentes sectores de producción y las múltiples tipologías empresariales existentes. Además, la comprensión de los objetivos empresariales, tanto económicos como sociales, permite situar a la empresa contemporánea en el marco de una economía globalizada, tecnológicamente avanzada y socialmente comprometida.

La empresa constituye una pieza clave en la estructura productiva y social, actuando no solo como motor de creación de riqueza, empleo e innovación, sino también como agente de responsabilidad social. En el ámbito educativo, y especialmente en la Formación Profesional, la enseñanza de estos contenidos contribuye a la formación integral de profesionales y ciudadanos, promoviendo la adquisición de competencias que permitan afrontar los desafíos del mercado laboral, participar activamente en el desarrollo social y económico y actuar con responsabilidad y ética en el desempeño profesional.

La adecuada comprensión, análisis y evaluación crítica de los factores relacionados con la empresa garantizan una base sólida para el desarrollo profesional y para la contribución al progreso económico y social, en sintonía con los principios inspiradores de la normativa educativa española y europea.

9. Bibliografía

- Burns, T., & Stalker, G. M. (1961). The management of innovation. Tavistock Publications.
- Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. (2020). *Boletín Oficial del Estado*, 340, de 30 de diciembre de 2020, 122868–122953.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review, 89*(1/2), 62–77.
- Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional. (2023). *Boletín Oficial del Estado*, 174, de 22 de julio de 2023, 106265–106464.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal, 5*(2), 171–180.