

Por eso mismo, este nuevo contexto tiene una clara repercusión en el desarrollo de la Responsabilidad Social (RS):

- Respecto al tipo y naturaleza de sus contenidos: existe una falta de acuerdo en las definiciones del término. Además, se percibe cierta pobreza teórica, ya que se desconocen los fenómenos y los hechos que hay que observar y no existen criterios científicos precisos para medir los resultados de estas observaciones.
- Respecto al cambio en los enfoques: la investigación sobre la RS exige un cambio en el paradigma sobre el que se ha situado la reflexión de la naturaleza y la comunicación de la empresa. Se debe transformar el enfoque direccional que ha sido el modo tradicional de representación de esta realidad.
- Respecto al cambio en las mentalidades: se exige, además, un cambio en la mentalidad de los directivos de las compañías y, especialmente, una aceptación y reconocimiento de lo que significan los intangibles y sus métricas a la hora de evaluar la reputación y el reconocimiento social de una empresa.

En conclusión cabe entender el valor intangible de la RS como el resultado de un proceso de construcción social que hace compartir todo un conjunto de creencias generalizadas en la población, un concepto fundamentalmente pluridisciplinar, que permite la comparación y que evalúa y construye actitudes en las personas y el conjunto de los referentes sociales.

Toda esta temática anunciada por Benavides en el inicio del Seminario Interno será objeto de reflexión por parte de todos los asistentes. En este foro de debate y pensamiento asisten profesionales y académicos. El profesor Benavides y la profesora Villagra son miembros de la Cátedra de Ética Económica y Empresarial. Asimismo, Abel Monfort es coordinador del funcionamiento interno del Seminario junto con la profesora Anna Bajo, de la Universidad Pontificia Comillas.