



**Documento de trabajo**  
**SEMINARIO PERMANENTE DE CIENCIAS SOCIALES**

**EFFECTO DE LAS POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL  
EMPRESARIAL EN LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS  
CANADIENSES**

**Élias Rizkallah**  
**Inmaculada Buendía-Martínez**

**SPCS Documento de trabajo 2009/10**  
<http://www.uclm.es/CU/csociales/DocumentosTrabajo>

© de los textos: sus autores.

© de la edición: Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca.

Autores:

Élias Rizkallah

[Elias.Rizkallah@gmail.com](mailto:Elias.Rizkallah@gmail.com)

Inmaculada Buendía Martínez

[Inmaculada.Buendía@uclm.es](mailto:Inmaculada.Buendía@uclm.es)

Edita:

Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca

Seminario Permanente de Ciencias Sociales

Directora: Silvia Valmaña Ochaita

Secretaria: María Cordente Rodríguez

Avda. de los Alfares, 44

16.071–CUENCA

Teléfono (+34) 902 204 100

Fax (+34) 902 204 130

<http://www.uclm.es/CU/csociales/DocumentosTrabajo>

I.S.S.N.: 1988-1118 (ed. en línea)

D.L.: CU-532-2005

Impreso en España – Printed in Spain.

# **EFFECTOS DE LAS POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS CANADIENSES**

**Élias Rizkallah**

*Profesor del Departamento de Sociología de la Universidad de Quebec en Montreal  
(Canadá)*

**Inmaculada Buendía-Martínez<sup>1</sup>**

*Profesora Visitante del Departamento de Economía Política y Hacienda Pública,  
Estadística Económica y Empresarial y Política Económica de la Universidad de  
Castilla-La Mancha (España)*

## **RESUMEN**

Después del colapso del sistema financiero y los subsecuentes efectos negativos, las cooperativas de servicios financieros (CSF) han sido reconsideradas pasando de ser una limitación a una ventaja. Pero la combinación de principios empresariales y de participación no es suficiente para distinguirlas en su función en el desarrollo local lo que fuerza a las CSF a remarcar sus contribuciones.

Considerando la complejidad del mercado y la igualdad del estatuto bancario de las CSF con relación a los bancos comerciales, las CSF necesitan proveer información social para demostrar su papel como una institución capaz de innovar en materia de sostenibilidad. Pero si la comunicación es un aspecto relevante en la política de responsabilidad social empresarial (RSE), en el contexto canadiense tiene un papel clave consecuencia del marco legal que obliga a las instituciones financieras federales a publicar un informe anual sobre RSE.

En este contexto, este trabajo examina la responsabilidad social de las CSF canadienses, su concepto de responsabilidad social y la inclusión de sus especificidades en sus comunicaciones públicas. Los resultados muestran que el impacto de la regulación canadiense sobre los bancos comerciales tiene un reducido impacto sobre las

---

<sup>1</sup> Correo electrónico : Inmaculada.Buendia@uclm.es

prácticas de comunicación de las CSF, encontrando diferencias entre ellas en términos de objetivos de la RSE.

**Palabras clave:** responsabilidad social corporativa, banca social, cooperativas de servicios financieros, marco legal canadiense, análisis de contenido.

**Indicadores JEL:** G28, G38, M14.

## ABSTRACT

After the crash of financial institutions and the ensuing negative effects the specific characteristics of financial service cooperatives (FSCs) have been reconsidered from being a limitation to an advantage. The unique combination of participatory and business principles of cooperatives are not enough to give them a distinct role in local development which forces FSCs to highlight their contributions to community development.

Considering the complexity of the market and the equality in the banking statute of FSCs and commercial banks, FSCs need to provide social information to show their role as an institution capable of innovating in sustainable matters. If communication is a relevant aspect in the corporate social responsibility CSR policy, in the Canadian context has a key role due to the increased information on social responsibility related to the regulatory framework that forces federal financial institutions to publish an annual declaration.

In this context, this work examines the social accountability of Canadian FSCs, their concept of social responsibility and the inclusion of their specificities in their public communications. Results show that the CSR Canadian legal framework applied to commercial banks has a reduced impact on FSC communication practices. In addition, we find differences among FSC in terms of CSR objectives.

**Key words:** corporate social responsibility, social banking, financial service cooperatives, Canadian legal framework, content analysis.

**JEL-codes:** G28, G38, M14.

## 1. INTRODUCCIÓN

A pesar que desde el principio de este decenio asistimos a un aumento espectacular de la información sobre la RSE, lo que deja suponer una mejora cualitativa y cuantitativa de las prácticas subyacentes asociadas, el concepto sigue siendo difuso. Considerando la RSE como un interfaz entre la empresa y su entorno (Pasquero, 2005: 112), los mecanismos de comunicación toman una importancia vital dado que interconectan a la organización con su medio. De esta forma, la rendición de cuentas, como uno de los componentes fundamentales de la RSE, tiene en el informe social su instrumento de expresión (Pasquero, 2005: 125-126). Su utilización ha aumentado considerablemente a partir de la segunda mitad de los años noventa y ha conocido una marcada aceleración desde 2002 según los estudios trianuales realizados por KPMG en el ámbito internacional (KPMG, 2008).

Este aumento es parcialmente debido a la adopción, por parte de algunos países, de reglamentaciones obligando a las empresas relativamente importantes en términos de tamaño o en un determinado sector de actividad, a difundir sus actividades socialmente responsables. Las autoridades, como promulgadores de la legislación, se convierte en un interlocutor de vital importancia (Freeman, 1984) teniendo el poder de imponer prácticas de divulgación que el mercado es incapaz de suscitar (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2004: 194), así como de estimular la voluntad y la habilidad del sector empresarial para responder a las demandas de la sociedad (Heard et Bolce, 1981).

En el dominio financiero, Canadá es un país pionero. Concretamente, la Ley C-8 constituye la primera reglamentación en el ámbito internacional exigiendo a las instituciones financieras la publicación de una declaración anual sobre su responsabilidad respecto al público. Es necesario señalar que como para todas las legislaciones de la misma naturaleza, esta obligación tan sólo afecta a las instituciones de naturaleza federal de más importancia, es decir, aquellas cuyos capitales propios son superiores a mil millones de dólares canadienses. Esta medida legal pretende responder a las demandas de la población con relación a la contribución del sector financiero a la economía y a la sociedad canadiense (Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadien, 1998).

En este contexto, la presión ejercida sobre los bancos comerciales para divulgar un balance de sus actividades con relación a la colectividad constituye una nueva forma de competencia que conduce a las CSF a una presión implícita de comunicación general a pesar de que sus actividades están vinculadas intrínsecamente a sus comunidades locales. En efecto, históricamente los ciudadanos-consumidores-empresarios insatisfechos por los servicios bancarios disponibles participan en el desarrollo de CSF para satisfacer sus necesidades. La accesibilidad a los servicios fue la principal razón de su creación. De esta forma, su dinámica de funcionamiento, basado en valores y principios específicos, y la integración estructural de los intereses de la colectividad gracias a su configuración organizativa ha permitido después de un siglo satisfacer las necesidades de grupos sociales, localidades y regiones mal servidas por las instituciones bancarias (Buendía Martínez *et al.*, 2006).

Este trabajo pretende contribuir a aumentar el conocimiento de la realidad de las CSF canadienses y, en particular, a estudiar su posicionamiento comunicacional con relación a la RSE. En un primer momento, se analizarán las particularidades del enfoque de la RSE en el sector cooperativo financiero para pasar, en segundo lugar, a presentar un estudio empírico basado en técnicas de análisis de contenido realizado sobre los informes de rendición de cuentas de las CSF más grandes en los años 2007 y 2008.

## **2. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y COOPERATIVAS DE SERVICIOS FINANCIEROS**

El origen de la reglamentación de los bancos comerciales tiene su origen en las recomendaciones del Grupo de Trabajo sobre el Futuro del Sector de Servicios Financieros canadiense con el objetivo de conformar una política pública sobre las instituciones financieras. La conclusión ha derivado en la necesidad de hacer conocer al público la contribución del sector financiera a la economía y a la sociedad. Más concretamente, el informe debe incluir información sobre las donaciones, el impacto sobre el sistema económico tanto en el ámbito nacional como provincial, y las iniciativas para satisfacer las necesidades de los particulares y de las pymes (Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadien, 1998). Pero a pesar de que este enfoque establece un nivel mínimo que refleja los valores de la sociedad

(Marchildon, 2004: 28-29), la reglamentación no contempla los aspectos medioambientales y económicos, así como cuestiones de orden social y de personal comprendidas en la óptica europea de la RSE que sitúa este concepto en igual al de desarrollo sostenible (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2004: 10-11).

A pesar de que la reglamentación canadiense es aplicable a una parte del sistema financiero, las instituciones de mayor dimensión en el ámbito federal, tiene un impacto innegable sobre las CSF. Incluso si éstas están sometidas a jurisdicción provincial y las actividades de RSE son de naturaleza voluntaria, la Ley C-8 representa una medida incitativa para la realización de un nivel mínimo de actividades socialmente responsables evitando una ampliación de la reglamentación que pudiera englobarlas. Este aspecto resulta relevante si se considera que el informe del Grupo de Trabajo recomendaba que las provincias deben prever la aplicación de exigencias similares a las instituciones financieras bajo su competencia (Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadien, 1998: 197).

La RSE no es un aspecto desconocido para las cooperativas. La literatura ha analizado la relación identitaria entre RSE y naturaleza cooperativa basada en los principios cooperativos, los valores, el carácter social y las especificidades de funcionamiento (Fairbairn, 2004; MacPherson, 1995; Pestoff, 1995; Muthers-Haas et Muthers, 2004; Youd-Thomas, 2005). Algunos estudios han mostrado que la ventaja competitiva teórica de las cooperativas con relación a otras empresas en el contexto de la RSE no es suficiente para hacer frente a la competencia diferenciándolas del resto de organizaciones económicas (Brown, 2004; Harris, 2004). La necesidad de una estrategia comunicacional (Fairbairn, 2004; Richez-Battesti, Gianfaldoni et Gloukoviezoff, 2006) y el desarrollo de un instrumento adaptado son sujetos de análisis y de investigación en la literatura. Con relación a este último aspecto, es necesario señalar algunas iniciativas:

- a) la proposición de la Alianza Cooperativa Internacional de las Américas que sugiere indicadores para medir el grado de logro de la misión cooperativa basándose en sus principios característicos (Mugarra Elorriaga, 2001).
- b) la *Social Audit Task Force* de la *Cooperative Union of Canada* (1986) ha propuesto un balance social compuesto de seis elementos: estructura y procesos de toma de decisiones, resultados de los productos, utilización de los recursos

humanos, implicación en la comunidad, impacto medioambiental y resultados económicos.

- c) el balance socio-cooperativo de Laflamme y Bergeron (1980: 6) definiéndolo como una vista de conjunto de la vida cooperativa manifestada bajo su aspecto social, es decir, al nivel de las relaciones de la institución con sus diversos interlocutores : empleados, socios, comunidad local y movimiento cooperativo, todo en conformidad con la filosofía cooperativa.
- d) el informe social de Cujes (1986) que recomienda el tratamiento de cinco sujetos: miembros, comisiones y consejos de socios, empleados, directivos y medioambiente.
- e) la iniciativa italiana que organiza la información de las cooperativas en tres temáticas: identidad comprendiendo misión, gobernanza y estrategia; valor añadido y las relaciones con los interlocutores (Legacoop et Ancst, 2004).

En el caso de las CSF, la exclusión bancaria y la accesibilidad a los servicios han concentrado la mayoría de los trabajos (European Association of Co-operative Banks, 2005; HM Treasury, 1999; Lewis, 1982; Malo et Tremblay, 2004; Mayo et Mullineaux, 2001). La investigación sobre los elementos y el contenido de las comunicaciones de las CSF con relación a la RSE se reduce a estudios del caso (Antal et Sobczak, 2004; Gibson-Sweet, 2004; Harvey, 1995; Wilkinson et Balmer, 1996) o a algunos elementos específicos como las inversiones socialmente responsables (Valor et *al.*, 2007), la aplicación del fondo de educación y promoción (Server Izquierdo et Villalonga Grañana, 2009) y su contribución al desarrollo de las colectividades (Lechasseur, 2004).

Este trabajo tiene como objetivo completar este panorama verificando el posicionamiento relativo de las CSF canadienses con relación a las demandas de comunicación de la sociedad canadiense sobre las actividades socialmente responsables.

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. Población y corpus

Dado que el objetivo del trabajo es explorar las prácticas comunicacionales de las CSF y sus relaciones con los elementos de la Ley C-8, se ha limitado a las mayores instituciones porque, de una parte, la obligación es impuesta solamente a los bancos comerciales más grandes y, de otra parte, los resultados de trabajos anteriores sobre el estado de las prácticas comunicacionales de la totalidad de las CSF canadienses (Buendía Martínez, Rizkallah and Tremblay, 2007) han mostrado que solamente aquellas con una mayor dimensión, considerando la variable activos y número de socios, son proclives a realizar comunicaciones en materia de rendición de cuentas. A 31 de diciembre de 2009, había 945 CSF distribuidas en nueve provincias. Para el estudio se han seleccionado las veinte más grandes según la clasificación de la *Credit Union Central of Canada*. Las CSF objeto de estudio, representan el 95% de los activos, el 77% de los socios y el 53% de las unidades de base del movimiento cooperativo. Es necesario señalar que se considera el Grupo Desjardins como una sola CSF reagrupando en forma de red integrada a 481 cajas populares de las provincias de Quebec y Ontario dado que la información es de naturaleza consolidada.

En el proceso de obtención de la información, se ha procedido a la búsqueda, en las páginas de Internet de las CSF, de documentos de rendición de cuentas. La limitación a los documentos numéricos está basada en un criterio comparativo dado que la Ley C-8 impone a los bancos la publicación de un informe de responsabilidad social que han de facilitar a sus clientes y al público en general. Esto da lugar a que sea el formato electrónico el más adecuado y el menos costoso para su difusión. Con base en ello, es necesario considerar que la ausencia de publicaciones numéricas no quiere decir que las CSF no realicen prácticas de comunicación de sus actividades socialmente responsable, tan sólo que no utilizan ese medio para comunicarlas a la sociedad<sup>2</sup>.

Por lo que respecta a la variable temporal, el análisis se ha realizado para los años 2007 y 2008 con el fin de incluir la mayor variedad de documentos posibles de las 20 CSF objeto de estudio. El corpus está formado por 48 documentos de 19 CSF<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Toda interpretación a partir del corpus debe tener en cuenta esta limitación.

<sup>3</sup> La CSF AB3 no tenía ningún documento difundido según el medio elegido, por tanto ha sido excluida.

analizadas. Los documentos de rendición de cuentas analizados han sido todos aquellos informes susceptibles de contener aspectos considerados dentro del concepto de responsabilidad social (KPMG, 2008): anual, *social responsibility*, *accountability*, *community*, *gouvernance*, *fondation* and *citizenship*. Las unidades de análisis serán objeto de un análisis de contenido, descrito más abajo, con base en los preceptos de la Ley C-8 que concretiza las demandas de los canadienses sobre la contribución del sistema bancario a la sociedad canadiense.

### **3.2. Análisis de contenido**

En este estudio, el análisis de contenido es considerado como una técnica cuantitativa portado sobre el contenido manifiesto de diferentes documentos de un corpus (de Bonville, 2000; Krippendorff, 2004; Neuendorf, 2002). A pesar de que no se pretende que los resultados tengan un cierto valor en términos de inferencia estadística, el análisis de contenido establece un vínculo de primer orden de tipo B en el cuadro del modelo integrado del análisis de contenido (Neuendorf, 2002: 61-70). Es decir, la vinculación entre los productores de los mensajes y los receptores es directa pero difiere en el tiempo dado que se trata de documentos publicados anteriormente.

Con base en los preceptos de la Ley C-8, se ha elaborado una tabla de codificación compuesta por trece indicadores clasificados en dos categorías: indicadores sociales (acceso a los servicios bancarios, iniciativas de microcrédito, relaciones con el voluntariado y inversión local) y económicos (préstamos a las empresas, impuestos y empleados). La necesidad de elaborar un cuadro de codificación está basada en la no adecuación de las informaciones textuales contenidas en la legislación al no adaptarse a las exigencias que un análisis de contenido requiere (tabla, diccionario, categorías exhaustivas y mutuamente excluyentes, acuerdo inter-codificadores). Por otro lado, como se trata de una descripción de actividades era esencial su gradación no limitándose a una simple codificación presencia-ausencia, muy discutible en el contexto del corpus objeto de análisis (Unerman, 2000). En efecto, este tipo de codificación no permitiría apreciar las diferencias contenidas en el marco legal dado que una descripción puede moverse en una banda que va desde una simple mención a una descripción amplia y detallada. Además, la gradación desde 0 (ausencia) a 3

(descripción amplia) permite tratar los indicadores como escalas continuas permitiendo una mayor variedad de análisis exploratorios.

Para conseguir la operatividad del cuadro de codificación, después de algunos pre-tests se ha desarrollado un diccionario (libro) de códigos definiendo cada indicador y la manera de asociarle un grado de descripción a los diferentes segmentos de texto de cada unidad de análisis. Dos codificadores han trabajado con el programa QDA Miner utilizado en modo multiusuario. Para el acuerdo interjueces, en el cuadro de este estudio, se ha limitado a una medida de concordancia sobre las frecuencias de códigos específicos (grado de descripción incluidos) para cada CSF, con un acuerdo global de 0,82 lo que satisface la varianza debida a la posibilidad de tener diferentes grados de descripción.

Por último, considerando la heterogeneidad del corpus, que las CSF no son directamente obligadas por la reglamentación, que la unidad de análisis es cada CSF y no sus diferentes producciones documentales y que la distribución de grado de un mismo código puede variar en el corpus de una misma CSF, se ha decidido realizar un análisis inter CSF donde la relación entre una CSF y uno de los trece indicadores es de tipo uno a uno, reteniendo de esta forma la evaluación para elevada.

#### **4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

El objetivo de este trabajo es explorar las prácticas de comunicación mediante la rendición de cuenta de las CSF canadienses con relación a la Ley C-8, por lo que el enfoque más pertinente es de orden descriptivo (Preston, 1981). Esto se debe a que se ha privilegiado los análisis exploratorios multidimensionales que permiten tener una visión global, y no por grupo de variables, del posicionamiento de las CSF unas con relación a las otras en función de disimilaridad/similaridad entre los diferentes indicadores.

Los análisis empleados siguen las prácticas de la Escuela Francesa de Análisis de Datos de su fundador Jean-Paul Benzécri (1981) y de sus discípulos (Lebart, Piron, Morineau, 2006). Este enfoque enfatiza la descripción de una multitud de datos mediante una proyección en un espacio geométrico multidimensional que tratará posteriormente de diseccionar para extraer las informaciones pertinentes. Por otra parte,

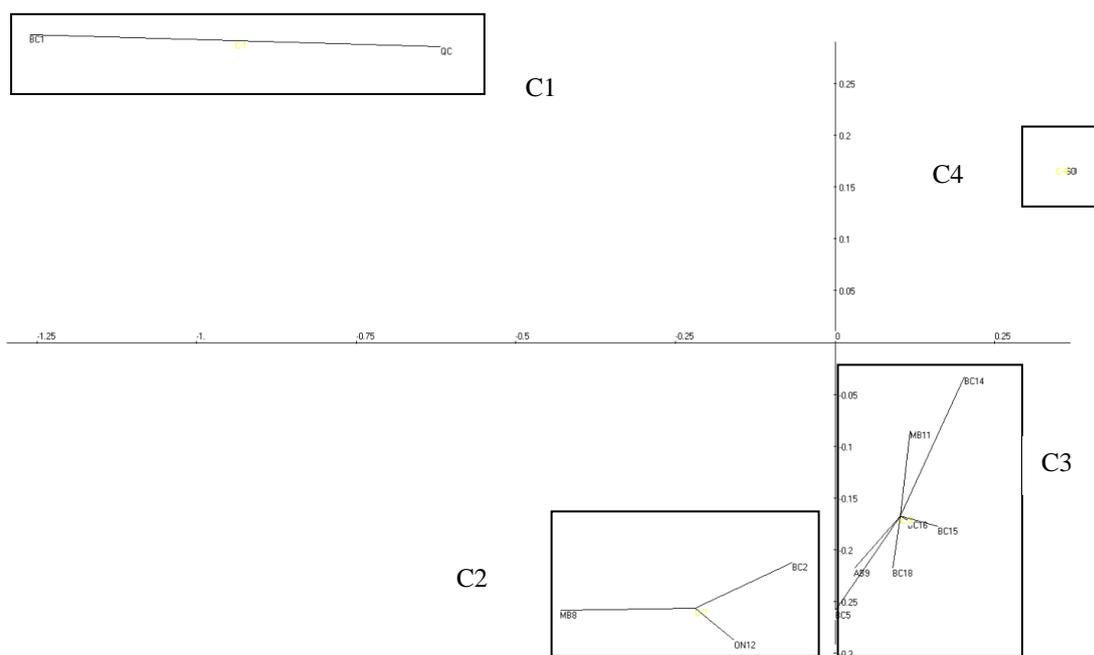
esta escuela realiza la distinción entre variables activas (VA) y variables ilustrativas (VI). Estas últimas no participan en la creación del espacio multidimensional pero son proyectadas con el fin de colorear las nubes de puntos situándose al lado de la columna a la que se identifica. En este trabajo se han considerado cuatro VI: activos, número de socios, puntos de servicios y unidades sociedades anónimas para cada CSF. Estas variables han sido discretizadas en cuatro intervalos (muy bajo, bajo, alto y muy alto) siguiendo el método de efectivos iguales.

Operacionalmente, el plan de análisis ha seguido el procedimiento « thémascope » (Lebart, 1989) que implica la realización de un análisis en ejes principales seguido de una clasificación no supervisada de CSF sobre los ejes seleccionados y, finalmente, una descripción automática de los grupos resultantes. Más específicamente, se ha partido de una matriz cruzada de las CSF con sus diferentes VA, indicadores del cuadro de codificación con escala continua, y las VI de escala nominal. Sobre esta matriz se ha realizado un análisis de componentes principales (ACP)<sup>4</sup> donde los tres primeros ejes han sido seleccionados para un total de 86,7% de la varianza explicada. Sin entrar en una interpretación del eje del ACP, es claro que el primer eje (61,7%) opone a las CSF que se acercan a los preceptos de la Ley C-8, C1, a aquellas que lo ignoran totalmente, es decir C4 tal como se contiene en el gráfico 1.

---

<sup>4</sup> Según el test de especificidad de Bartlett, con un p-valor inferior a 0,01 %, al menos una correlación entre los indicadores es significativamente diferente de cero.

**GRÁFICO 1:** Agrupamiento de las CSF resultado del ACP



Fuente: Elaboración propia

Una vez que el espacio está formado, se ha procedido a realizar una clasificación mixta (clasificación ascendente jerárquica (CAH) seguida de un K-means) sobre las coordenadas de las CSF de los tres primeros ejes y no sobre la matriz de correlación o bien sobre las puntuaciones brutas. Después de la comparación de varias particiones tanto a nivel de su estabilidad/homogeneidad que de su significación para la interpretación, se han conservado una partición de cuatro grupos según se contiene en la tabla 1.

**TABLA 1:** Clasificación de las CSF en grupos

| Grupo 1/4. Unidades: 2 |                               |                   | Grupo 2/4. Unidades: 3 |                               |                   |
|------------------------|-------------------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|-------------------|
| Posición               | Distancia al centro del grupo | Caso identificado | Posición               | Distancia al centro del grupo | Caso identificado |
| 1                      | 9,35409                       | QC                | 1                      | 2,92417                       | ON12              |
| 2                      | 9,35409                       | BC1               | 2                      | 3,82879                       | BC2               |
|                        |                               |                   | 3                      | 7,40730                       | MB8               |
| Grupo 3/4. Unidades: 7 |                               |                   | Grupo 4/4. Unidades: 7 |                               |                   |
| Posición               | Distancia al centro del grupo | Caso identificado | Posición               | Distancia al centro del grupo | Caso identificado |
| 1                      | 1,42896                       | MB11              | 1                      | 0,10675                       | BC13              |
| 2                      | 1,59225                       | BC18              | 2                      | 0,10675                       | BC17              |
| 3                      | 1,79599                       | BC16              | 3                      | 0,10675                       | MB7               |
| 4                      | 2,16674                       | BC15              | 4                      | 0,10675                       | ON20              |
| 5                      | 2,47557                       | BC5               | 5                      | 0,10675                       | ON4               |
| 6                      | 3,35020                       | BC14              | 6                      | 0,10675                       | SK10              |
| 7                      | 3,57248                       | AB9               | 7                      | 0,10675                       | SK6               |

Fuente: Elaboración propia

Gráficamente C4 aparece como un punto, ello es debido a que todas las CSF están situadas sobre el centro del mismo. Se trata de aquellas CSF que tienen puntuaciones exclusivamente cero sobre el conjunto de indicadores. Es por ello que se ha realizado una descripción automática de los grupos considerando tanto las VA como las VI. Los resultados se contienen en la tabla 2.

Volviendo a la oposición del primer eje, C1 y C4 no tienen ninguna VI pertinente lo que se explicaría por la heterogeneidad de estas variables. Por ejemplo, C1 agrupa a dos CSF muy diferentes considerando las VI. Por el contrario, varias VA justifican su oposición: nueve de las trece VA caracterizan (test-valor positivo) C1 mientras que ocho anticaracterísticas (test-valor negativo) conforman el perfil de C4. Además, las siete primeras VA, con excepción del microcrédito y de la inversión local, son propias a las prácticas comunicacionales de C1.

**TABLA 2:** Variables activas e ilustrativas de los grupos.

| <b>Grupo 1/4 (Unidades = 2 CSF - %: 10,00)</b> |                   |                     | <b>Grupo 4/4 (Unidades: 7 CSF - %: 40,00)</b> |                   |                     |                     |
|--|-------------------|---------------------|---|-------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Variables activas</b>                       | <b>Test-valor</b> | <b>Probabilidad</b> | <b>Variables activas</b>                      | <b>Test-valor</b> | <b>Probabilidad</b> |                     |
| Perfil personal                                | 4,36              | 0,000               | Acceso bajos ingresos                         | -1,91             | 0,028               |                     |
| Perfil impuestos                               | 4,36              | 0,000               | Microcrédito                                  | -2,00             | 0,023               |                     |
| Acceso discapacitados                          | 4,27              | 0,000               | Inversión local                               | -2,05             | 0,020               |                     |
| Financiación                                   | 3,04              | 0,001               | Financiación                                  | -2,16             | 0,015               |                     |
| Sucursales cerradas                            | 3,00              | 0,001               | Sucursales abiertas                           | -2,61             | 0,005               |                     |
| Acceso mayores                                 | 2,92              | 0,002               | Actividades desarrollo comunitario            | -3,35             | 0,000               |                     |
| Acceso bajos ingresos                          | 2,77              | 0,003               | Objetivos desarrollo comunitario              | -4,15             | 0,000               |                     |
| Microcrédito                                   | 2,59              | 0,005               | Contribuciones filantrópicas                  | -4,23             | 0,000               |                     |
| Inversión local                                | 2,52              | 0,006               |   |                   |                     |                     |
| <b>Grupo 2/4 (Unidades: 3 CSF; %: 15,00)</b>   |                   |                     |   |                   |                     |                     |
| <b>Variables activas</b>                       | <b>Test-valor</b> | <b>Probabilidad</b> | <b>Variables ilustrativas</b>                 | <b>Categorías</b> | <b>Test-valor</b>   | <b>Probabilidad</b> |
| Inversión local                                | 3,17              | 0,001               | Unidades SA                                   | Bajo              | 2,38                | 0,0088              |
| Microcrédito                                   | 2,97              | 0,001               | Puntos de servicio                            | Alto              | 1,75                | 0,0401              |
| Actividades desarrollo comunitario             | 2,10              | 0,018               |   |                   |                     |                     |
| Acceso bajos ingresos                          | 2,00              | 0,023               |   |                   |                     |                     |
| Contribuciones filantrópicas                   | 1,78              | 0,038               |   |                   |                     |                     |
| <b>Grupo 3/4 (Unidades: 7 CSF ; %: 35,00)</b>  |                   |                     |   |                   |                     |                     |
| <b>Variables activas</b>                       | <b>Test-valor</b> | <b>Probabilidad</b> | <b>Variables ilustrativas</b>                 | <b>Categorías</b> | <b>Test-valor</b>   | <b>Probabilidad</b> |
| Objetivos desarrollo comunitario               | 2,15              | 0,016               | Puntos de servicio                            | Bajo              | 2,46                | 0,007               |
| Contribuciones filantrópicas                   | 2,12              | 0,017               | Activos                                       | Bajo              | 2,12                | 0,017               |
| Microcrédito                                   | -1,80             | 0,036               | Miembros                                      | Bajo              | 1,77                | 0,0382              |
| Inversión local                                | -1,85             | 0,032               |   |                   |                     |                     |

Fuente: Elaboración propia

Las CSF componentes de C1 son las instituciones financieras cooperativas más grandes de Canadá. Es por ello que su posicionamiento con relación a la Ley C-8 es muy cercano y ello por dos razones. En primer lugar, el funcionamiento operacional de las CSF se reduce a los límites geográficos de las provincias aunque la creación de redes y de grupos financieros permite que puedan operar en un contexto multiprovincial y/o federal con una mayor visibilidad y, por tanto, con una mayor presión para comunicar/difundir las actividades socialmente responsables.

En segundo lugar, la dimensión y el hecho de que las CSF tienen el mismo estatuto bancario que el resto de las instituciones financieras genera una mayor necesidad de comparabilidad tanto nacional como internacionalmente. Para facilitar este proceso, las dos CSF del C1 utilizan la guía normalizada de la *Global Reporting Initiative (GRI)*. Es necesario señalar que los criterios de la Ley C-8 están incluidos en los indicadores de la GRI lo que da lugar a que las demandas de los canadienses están cubiertas desde la perspectiva comunicacional.

Por el contrario, las CSF de C4 están en el grupo de instituciones que tienen un posicionamiento implícito con relación a la rendición de cuentas para hacer conocer su contribución a la colectividad. Las actividades socialmente responsables que las CSF realizan son juzgadas como un compromiso natural, sin necesidad de comunicación externa (Richez-Battesti *et al.*, 2006: 33) dado que los intereses de los interlocutores son considerados en las diferentes unidades de la gobernanza cooperativa.

De otra parte, C2 y C3, los grupos intermedios, requieren una atención particular sobre todo por la importancia de las VI. De esta forma, C3 donde hay tantas VA características como anticaracterísticas, se trata de CSF con menos puntos de servicio, activos y socios. Además, las VA que caracterizan el grupo, y que las diferencian del resto, son todas las relacionadas con el ámbito de las relaciones con el sector sin ánimo de lucro. Esto es lógico se consideramos la importancia de este sector en Canadá con una gran presencia activa en diferentes ámbitos y por la fuerte relación con la sociedad canadiense (Imagine Canada, 2005; Ministre de l'industrie, 2009). Además, es necesario señalar que la mayoría de las CSF de C2 y C3 están adheridas a programas de apoyo al sector no lucrativo y a las inversiones comunitarias.

Por otra parte, C2 teniendo un mayor número de puntos de servicio y menos filiales, lo que es un aspecto interesante considerando el conjunto de la partición, viene caracterizado por el microcrédito y la inversión local. Estas dos VA son las más características de C1 pero al mismo tiempo son las anticaracterísticas de C3 y C4. La menor importancia comunicacional de la RSE en este grupo puede estar justificada por el tamaño de las CSF. Una menor dimensión en términos de socios y de puntos de servicios puede no requerir una gran diversificación en productos y servicios dada la homogeneidad del perfil de los miembros. Es por ello que los préstamos para los microemprendedores y las iniciativas con una fuerte vinculación local pueden estar en el centro de las actividades de las CSF sin necesariamente ser el objeto de una comunicación especial.

## **5. REFLEXIONES FINALES**

En el momento actual, las presiones reglamentarias presionan a las organizaciones a comunicar sus actividades socialmente responsables. En el caso del sector financiero canadiense, el Gobierno Federal ha tomado en consideración las demandas de los ciudadanos para incluirlas en la Ley C-8 obligando, entre otras cosas, a las instituciones financieras con estatuto federal de una determinada dimensión a producir un informe anual sobre su responsabilidad hacia la sociedad. En el caso de las CSF, cuyas estrategias de comunicación de la RSE se realizan en un contexto no reglamentario y, por tanto, voluntario, pueden estar condicionadas por el comportamiento de los bancos comerciales con una mayor visibilidad en el ámbito nacional.

En este trabajo, se ha realizado un estudio exploratorio de análisis de contenido sobre los informes de rendición de cuentas en materia de RSE de las CSF canadienses en los años 2007 y 2008. El análisis ha permitido constatar que la reglamentación de las instituciones financieras competidores de las CSF tiene un reducido efecto incitativo sobre sus prácticas comunicacionales. Sus estrategias se pueden representar sobre un continuo donde los dos polos van de la comunicación implícita a la publicación de informes específicos para hacer conocer su contribución a la colectividad.

Por último, es necesario señalar dos aspectos. En primer lugar, la naturaleza exploratoria del trabajo sobre la comunicación de las actividades socialmente responsables de las CSF. En segundo lugar, las limitaciones del estudio permiten vislumbrar nuevas líneas de investigación. Así, considerando la RSE como un continuo, el enfoque longitudinal será el más apropiado para examinar los procesos de adaptación de las instituciones financieras. Además, los estudios de *text mining* podrán aportar algunas pistas sobre las temáticas empleadas por las CSF para tratar la RSE y como se produce la integración de sus características específicas.

## REFERENCIAS

- ANTAL, A.B. y SOBCZAK, A. (2004). "Beyond CSR: Organisational Learning for Global Responsibility". *Journal of General Management*, V. 30, N. 2, winter, pp. 77-98
- BONVILLE, J. de (2000). *L'analyse de contenu des medias. De la problématique au traitement statistique*. Paris, De Boeck & Larcier.
- BROWN, L. (2004). «Innovations in Co-operative Marketing and Communications». In: Fairbairn, Brett; Russell, Nora. (editors). *Co-operative Membership and Globalization. New Directions in Research and Practice*. Saskatoon: Centre for the Study of Co-operatives, University of Saskatchewan, pp. pp. 179-194.
- BUENDÍA MARTÍNEZ, I.; RIZKALLAH, E. y TREMBLAY, B. (2007). «La compatibilité entre l'identité coopérative et la communication de la responsabilité sociale». Conférence prononcée à l'occasion du Colloque sur la gestion de la dimension éthique au sein du Mouvement Coopératif, Montréal (14-15 mai).
- BUENDÍA MARTÍNEZ, I.; LAPOINTE, M-J.; ROY, J. y TREMBLAY, B. (2006). «La responsabilité sociale des banques commerciales et des coopératives de services financiers: de nouvelles réalités canadiennes », *Gestion. Revue internationale de gestion*, V. 31, N. 2, p. 110-118.
- CAPRON, M. y QUAIREL-LANOIZELÉE, F. (2004). *Mythes et réalités de l'entreprise responsable. Acteurs, enjeux, stratégies*. Paris: Éditions La Découverte.
- CREDIT UNION CENTRAL OF CANADA (2010). *System Results. Largest 100 Credit Unions/caisses populaires*. March.

- CUJES, R. (1986). *Social Reporting-Auditing for Co-operatives*. Truro: Coop Ressource Limited.
- EUROPEAN ASSOCIATION OF CO-OPERATIVE BANKS. (2005). *Corporate Social Responsibility: The Performance of Cooperative Banks*. Brussels: European Association of Co-operative Banks.
- FAIRBAIRN, B. (2004). "Cohesion, Adhesion, and Identities in Co-operatives". In : Fairbairn, Brett; Russell, Nora. (editors). *Co-operative Membership and Globalization. New Directions in Research and Practice*. Saskatoon: Centre for the Study of Co-operatives, University of Saskatchewan, pp. 18-50.
- FREEMAN, R.E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Toronto: Pitman.
- GIBSON-SWEET. (2004). Blending ethics and modernity the co-operative way. In: Harris, Phil; McDonald (ed.). *European Business and Marketing*. London: Sage Publication, p. 144-160.
- GROUPE DE TRAVAIL SUR L'AVENIR DU SECTEUR DES SERVICES FINANCIERS CANADIEN (1998). *Changement, défis et possibilités*, Rapport du Groupe de travail. Ottawa : Ministère des Finances.
- HALL, M.H. *et al.* (2005). *Analyse comparative du secteur sans but lucratif et bénévole du Canada*. Toronto: Imagine Canada.
- HARRIS, A. (2004). "Co-operative Social Responsibility. A natural advantage?" In : Fairbairn, Brett; Russell, Nora. (editors). *Co-operative Membership and Globalization. New Directions in Research and Practice*. Saskatoon: Centre for the Study of Co-operatives, University of Saskatchewan, pp. 84-101.
- HARVEY, B. (1995). "The case of the Co-operative Bank". *Journal of Business Ethics*. Vol. 14, Iss. 12, pp. 1005-1013.
- HEARD, J.E. y BOLCE, W.J. (1981). "The political significance of corporate social reporting in the United States of America". *Accounting, Organisations and Society*, V. 6, N. 3, pp. 247-254.
- HM Treasury (1999). *Credit Unions of the Future Taskforce Report*. London: HM Treasury.

- KPMG INTERNATIONAL (2008). *KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008*. Amsterdam: KPMG Global Sustainability Services.
- KRIPPENDORFF, K. (2004). *Content Analysis. An Introduction to its Methodology*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- LAFHAMME, M. y BERGERON, J-L. (1980). *Bilan socio-coopératif et climat organisationnel. Un outil d'évaluation et de changement social*. Sherbrooke : IRECUS.
- LEBART, L.; PIRON, M. y MORINEAU, A. (2006). *Statistique Exploratoire Multidimensionnelle: Visualisation et Inférence en Fouille de Données*. Paris: Dunod.
- LECHASSEUR, J. (2004). L'engagement du mouvement des caisses Desjardins dans le développement des collectivités. *UniRcoop*, V. 2, N. 1, pp. 207-217.
- LEGACOOOP; ANCST. (2004). «Analisi testuale di bilanci sociali : I risultati su un campione di cooperative sociali e di servizi», *Progetto Responsabilità Sociale e Bilanci Sociali Cooperativi*. Roma: Legacoop.
- LEWIS, B.R. (1982). "The Personal Account Sector". *European Journal of Marketing*, V. 16, N. 3, pp. 37-54.
- MacPHERSON, I. (1995). *Co-operative Principles for the 21st Century*. Geneva: International Co-operative Alliance.
- MALO, M-C y TREMBLAY, B. (2004). "Coopératives financières et solidarités». *Finance et Bien Común*, N. 20, Fall, pp. 66-73
- MARCHILDON, A. (2004). «La responsabilité sociale des entreprises. Entre obligation et volontarisme», dans TREMBLAY, D-G.; ROLLAND, D. (dir.). *Responsabilité sociale d'entreprise et finance responsable. Quels enjeux?* Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, pp. 27-34.
- MAYO, E. y MULLINEUX, A. (2001). *Bootstraps or Braces? The regulation of community development finance institutions*. London: New Economics Foundation
- MINISTRE DE L'INDUSTRIE (2009). *Canadiens dévoués, Canadiens engagés: points saillants de l'Enquête canadienne de 2007 sur le don, le bénévolat et la participation*. Ottawa : Ministre de l'industrie.

- MUGARRA ELORRIAGA, A. (2001). “Responsabilidad y balance social hoy en día: un reto para las cooperativas”. *CIRIEC-España*, N. 39, noviembre, pp. 29-50.
- MUTHERS-HAAS, H. y MUTHERS, H. (2000). “La banque coopérative en tant qu’acteur social par mission d’entreprise ». Dans: INTERNATIONAL ASSOCIATION OF INVESTORS IN THE SOCIAL ECONOMY. *Banques et cohésion sociale. Pour un financement de l’économie à l’échelle humaine: la faillite des banques, les réponses des citoyens*. Paris: Éditions Charles Léopold Mayer, pp. 147-154
- NEUENDORF, K.A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- PASQUERO, J. (2005). «La responsabilité sociale de l’entreprise comme objet des sciences de gestion. Le concept et sa portée», dans TURCOTTE, M-F.; SALMON, A. *Responsabilité sociale et environnementale de l’entreprise*. Sainte-Foy : Presses de l’Université du Québec, pp. 112-143.
- PESTOFF, V.A. (1995). Local Economic Democracy and Multi-Stakeholder Cooperatives. *Journal of Rural Cooperation*, V. XXIII, N. 2, pp. 151-167.
- PRESTON, L.E. (1981) «Research on Corporate Social Reporting: Directions for Development», *Accounts, Organisations and Society*, vol. 6, n° 3, p. 255-262.
- RICHEZ-BATTESTI, N.; GIANFALDONI, P. y GLOUKOVIEZOFF, G. (2006). «Banques coopératives et innovations sociales », *Revue internationale de l’économie sociale (RECMA)*, no. 301, pp. 26-41.
- SERVER IZQUIERDO, R.J. y VILLALONGA GRAÑANA, I. (2009). “La responsabilidad social en el cooperativismo de crédito. El fondo de educación y promoción como indicador para su evaluación. Estudio empírico para el caso español”. En: MELIÁ MARTÍN, E.; SERVER IZQUIERDO, R.J. (Coord.). *La gestión de empresas de economía social*. Madrid: Marcial Pons, pp. 261-282.
- YOUD-THOMAS, S. (2005). “Back to its roots: CSR and the co-operative movement”. *Consumer Policy Review*. Mar/Apr 2005. Vol. 15, Iss. 2; pp. 52-57.
- VALOR, C.; PALOMO, R.; ITURRIOZ, J. y MATEU, J.L. (2007). “Socially Responsible Investments among Savings Banks and Credit Unions: Empirical

Findings in the Spanish Context”. *Annals of Public and Cooperative Economics*.  
Vol. 78, Iss. 2, pp. 301-326.

WILKINSON, A. y BALMER, J.M.T. (1996). “Corporate and Generic Identities:  
Lessons from the Co-operative Bank”. *International Journal of Bank Marketing*, V.  
14, N. 4, pp. 22-35.