

Las bromas tienen un impacto negativo en el 97% de los profesionales de servicios financieros, mientras que los departamentos de RR. HH. tienen un problema de imagen, según una encuesta del CISI

12/08/2022 — Sólo el 3% de los que trabajan en la profesión de servicios financieros se sienten cómodos con las bromas en su lugar de trabajo, según una nueva encuesta del CISI.

La encuesta, realizada por el Chartered Institute for Securities & Investment (CISI), cuerpo profesional sin ánimo de lucro, en colaboración con Focal Point Training, ha recibido casi 750 respuestas. El 43% de los encuestados son mujeres, y el 55%, hombres.

Los miembros del CISI, que trabajan en la comunidad de servicios financieros y en otros servicios profesionales, han expresado sus opiniones, las cuales arrojan algunos resultados sorprendentes:

- El 97% ha dicho que se ha sentido incómodo por las bromas en algún momento.
- El 69% ha dicho que ha participado menos en las reuniones debido a las bromas.
- El 60% ha dicho que las bromas han provocado que presente menos ideas, lo que sugiere que las bromas contienen la creatividad de los profesionales de servicios financieros.
- El 40% ha dicho que las bromas de que es objeto afectan cómo se siente acerca de sí mismo a menudo o todo el tiempo.
- Un tercio ha dicho que cuando se ha sentido incómodo con las bromas, ha buscado un nuevo trabajo.
- El 33 % ha dicho que las bromas le afectan, pero que puede quitárselas de la cabeza.
- El 25% ha dicho que las bromas le hacen sentir incómodo al menos parte del tiempo.
- Más de 132 personas que se han sentido incómodas por las bromas han notado que éstas han afectado su capacidad para hablar con sus superiores directos sobre su salud mental.

Los hallazgos indican la dificultad que algunos encuestados han tenido para reunir valor suficiente para “*detener las bromas*”. Menos de un tercio han dicho que se han sentido cómodos la mayor parte o todo el tiempo pidiéndole a la gente que se detuviera, y sólo uno de cada 10 han podido hacerlo “*en todo momento*”.

De los que encuentran incómodas las bromas, más de uno de cada 10 (un 11 %) se siente así “*al menos una vez al día o siempre*”. La cuarta parte de los que se sienten incómodos con las bromas se sienten así “*al menos una vez a la semana*”.

Stella Chandler, directora de Focal Point Training, que ha colaborado con el CISI en esta encuesta sobre bromas, ha declarado: **“Las bromas pueden derribar barreras en los equipos, pero, cuando cruzan la línea, las barreras aumentan. Esto puede tener un efecto dañino y duradero en equipos e individuos. Quienes han respondido a la encuesta del CISI han descrito este tipo de bromas como:**

- **Ser grosero, pero decirlo como si se fuera simpático.**
- **Puede ser una diversión inofensiva, pero a menudo se usa como una excusa para encubrir el acoso y señalar a las personas.**

“Los encuestados han podido compartir sus comentarios personales sobre las bromas de forma anónima, mostrando sus experiencias vividas, a menudo dolorosas.

“Además, la encuesta muestra que, lamentablemente, los departamentos de Recursos Humanos o las culturas de las empresas de servicios financieros no están dando a las personas suficiente confianza para hablar. Algunos de los comentarios que hemos recibido a este respecto incluyen:

- **RR. HH. a menudo lo empeora.**
- **No estoy seguro de qué hace exactamente RR. HH.; siento que corro el riesgo de perder mi trabajo si armo un escándalo.**
- **Un alto directivo no sabía dónde estaba el límite, pero no podías hacer nada porque era amigo del director de Recursos Humanos”.**

Samar Yanni, Head de Membresía del CISI, ha apuntado: **“Hay una línea muy fina que trazar con las bromas, ya que pueden desempeñar un papel positivo en la creación de un sentido de camaradería en los equipos. Sin embargo, las bromas a expensas de otra persona pueden volverse incómodas y agravarse. Por lo tanto, los directivos deben estar atentos, y los equipos, desde arriba hacia abajo, deben mostrar tolerancia cero con las bromas inapropiadas. Los debates sobre bromas se pueden llevar a cabo en reuniones de equipo, en relación con el vínculo con el bienestar y una salud mental positiva. Generar confianza en los equipos es esencial, de modo que si alguien “cruza la línea”, la gente tenga la confianza para denunciarlo. Es esencial que las personas puedan confiar en que, si se plantea una inquietud, la dirección de departamento tomará las medidas correctas y que esas personas recibirán apoyo”.**

Se puede acceder al portal de salud mental del CISI, disponible para todos los profesionales de servicios financieros, aquí: <https://www.cisi.org/cisiweb2/cisi-website/startaconversation>

¿Qué es el CISI?

El CISI es el mayor organismo profesional y el más respetado por los que trabajan en el sector de valores e inversiones en el Reino Unido y en un creciente número de importantes centros financieros de todo el mundo. Constituido en 1992 por los profesionales de la Bolsa de Londres, cuenta ahora con más de 45.000 miembros en 116 países. Cada año se realizan 40.000 exámenes en más de 80 países, abarcando una amplia gama de certificaciones profesionales. La organización está reconocida en 75 jurisdicciones internacionales.

Los miembros se benefician de diversas actividades profesionales y sociales, que les permiten cumplir con los requisitos de formación continua anuales frente al Regulador. En el último ejercicio financiero, se obtuvieron alrededor de 11.000 inscripciones en más de 350 eventos, desde la serie habitual de seminarios de desarrollo profesional continuo en toda Gran Bretaña y en un creciente número de centros en ultramar, hasta una serie de prestigiosas y muy aplaudidas conferencias.

Cuenta con una fuerte presencia en el Reino Unido y una presencia internacional en rápido crecimiento, con oficinas en Dublín, Edimburgo, India, Sri Lanka, los EAU, China y España.

El CISI es una organización sin ánimo de lucro y de utilidad pública y tiene los siguientes objetivos benéficos:

- Fomentar, para beneficio público, el avance y la difusión de conocimientos en el campo de los valores e inversiones.
- Desarrollar elevadas normas éticas para los profesionales de valores e inversiones y fomentar estas normas en el Reino Unido y en el extranjero.
- Actuar como un organismo de autoridad para fines de consulta e investigación en temas de educación o interés público concernientes a las inversiones en valores.