



RECURSOS HUMANOS: EL EFECTO 'MAR MUERTO' EN EL CAPITAL HUMANO

¿Cuál sería el valor real en el mercado de un profesional fuera de su empresa? Bruce Webster, uno de los expertos más reconocidos en tecnología de la información, hace una dura reflexión sobre el acomodo en las empresas de los profesionales menos válidos, que denomina como el *efecto Mar Muerto*. Como en el conocido mar, los mejores profesionales *se evaporan* progresivamente al tener otras opciones mejores y lo que permanece es *el residuo* (las personas menos brillantes o con menor capacidad de moverse en el mercado). Esto produce, como en el Mar Muerto, un incremento progresivo de la *salinidad* (una calidad global de la empresa más baja). Por ello, Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa y autor del popular blog *enrique-dans.com*, opina que este efecto redundaría en que los profesionales brillantes son los que más protesten y los que más posibilidades tengan de moverse. Por el contrario, los menos privilegiados aprenden a desarrollar tareas que otros no quieren, pero que resultan importantes y que no tendrían demasiado valor de mercado fuera de la organización.

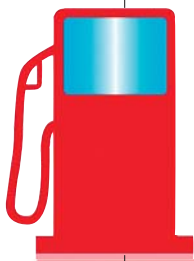


UNIÓN EUROPEA: MÁS MERCADO PARA TODOS

No resulta sorprendente saber que la inclusión de los últimos doce Estados miembros de la Unión Europea ha tenido un efecto positivo sobre la economía de estos países. Una investigación realizada por el *think tank* alemán Hamburgisches Welt Wirtschafts Institut analiza la integración centrándose en el proceso de alcanzar el nivel promedio de PIB de la Unión. El estudio concluye que todos los nuevos miembros se han visto beneficiados por su acceso a la UE, en gran parte por la posibilidad de mejorar su presencia en estos mercados. Sin embargo, el análisis de los datos también revela que los beneficios de la integración se reparten de forma desigual y dentro de cada país existen divergencias importantes entre las regiones. Según este laboratorio de ideas, aunque resulta prematuro sacar conclusiones definitivas, los datos sugieren que la convergencia de las regiones sería uno de los retos más importantes para la integración de los nuevos miembros.

RECESIÓN ECONÓMICA: CON LA CRISIS BAJA EL PRECIO DEL PETRÓLEO

En un mundo agobiado por las altas cifras que venía alcanzando el petróleo, la predicción de Alan Reynolds, economista del *think tank* Cato Institute, pudo haber sonado a quimera. Reynolds calificó de exagerados a quienes predecían que el precio del petróleo podía alcanzar los 200 dólares por barril y, por el contrario, anunció un inminente descenso de precios. ¿Qué bola de cristal emplea Reynolds? El sentido común. Pese a la enorme flota de vehículos particulares de EEUU, una gran proporción del crudo se utiliza para producir y distribuir bienes de consumo. En pleno proceso de recesión, esto supone que la demanda de petróleo debe reducirse y, por tanto, su precio. El economista recuerda que sólo en la última crisis, entre noviembre de 2000 y noviembre de 2001, el crudo bajó un 44%. Además, nueve de las diez últimas recesiones han comenzado con un repunte del barril. Por estas razones el precio baja. Una excelente noticia, si no fuera porque se debe a un bache económico.



Julio Pomés y Ana Lorenzo, miembros del *think tank* Institución Futuro (www.ifuturo.org)

**ACTUALIDAD
ECONÓMICA**

UNIDAD EDITORIAL, REVISTAS S.L.U.

PRESIDENTA Carmen Iglesias
CONSEJERO DELEGADO Antonio Fernández-Galiano
DIRECTOR GENERAL PUBLICIDAD Alejandro de Vicente
DIRECTOR GENERAL Cayetano Ramos
DIRECTOR GENERAL EDITORIAL Pedro J. Ramírez
DIRECTOR EDITORIAL Miguel Ángel Mellado
DIRECTOR DE ARTE Rodrigo Sánchez

DIRECTOR

Miguel Ángel Belloso

SUBDIRECTOR

José María del Cano

ADJUNTO AL DIRECTOR

Miguel Ors Villarejo

JEFES DE SECCIÓN: Gema Brasero (Diseño), Tomás López Morales (Información), Raquel Lándor (Cataluña) y María José Gómez Serranillos (Especiales). **JEFA DE PROYECTOS:** Loreto Ruiz-Ocaña. **REDACCIÓN:** Beatriz Amigot, María Luisa Atarés, Manuel de la Cruz, Pascual Drake, Marta García Aller, María García Mayo, Pablo Martínez Gadea, Lúa Monasterio, Rubén Nicolás, David Page, Susana de la Riva y Alicia Serrano. **FOTOGRAFÍA:** Máximo García. **DISEÑO:** Milagro Aguelo, Mercedes Frutos, Jesús de Lasheras y Pedro Pablos (Portadas). Secretaria: Sonia Alonso. **INFOGRAFÍA:** Patricia Pato y Mercedes Suijs. **CORRESPONSALES:** Bruselas: Ramón Rodríguez Lavín (Tel. 2-231 19 32). Londres: Roberto Casado (Tel. 44 20 78733369 Fax. 44 20 787333731). Nueva York: Gemma Martínez (212 641 65 96 Fax. 212 641 65 97). Servicios Especiales: The Economist. Redacción en Madrid: Avenida de San Luis, 25-27. 28033 Madrid. Teléfono: 91 443 50 00. Telex: 91 562 84 15. Correo electrónico: aeconomica@recoletos.es Redacción en Barcelona: Avda. Diagonal, 640. 08017 Barcelona. Teléfono: 93 227 67 00. Fax: 93 227 67 61.

PUBLICIDAD: DIRECTOR GENERAL: Alejandro de Vicente. DIRECTOR COMERCIAL: Jesús Zaballa. DIRECTOR DE PUBLICIDAD ÁREA REVISTAS: Miguel Ardisana. DIRECTORA DE PUBLICIDAD: Natalia García. JEFES DE PUBLICIDAD: Daniel Martínez-Ligero y Guillermo Riesgo. Avda. San Luis, 25-27. 28033 Madrid. Teléfono: 91 443 54 75. COORDINADORA DE PUBLICIDAD: Aurora Fernández (91 443 52 55) BARCELONA: Cristina Pascual/Óscar Coma. Teléfono: 93 227 67 11. Zona norte: Gerardo Manrique. Teléfono: 94 473 91 10. LEVANTE: Manuel Huerta. Teléfono: 96 337 93 27 ANDALUCÍA: Rafael Marín. Teléfono: 95 499 07 21/0 GALICIA: Manuel Carrera. Teléfono: 986229128. Fax: 986438199 ARAGÓN: Álvaro Cardemil M. Teléfono: 976 79 40 64 PAÍS VASCO Juan Luis Gonzalez de Anduiza. Teléfono: 94 473 91 10. Fax: 94 473 91 56 INTERNATIONAL ADVERTISING DEPART.: Juan Jordán de Urries. Tel.: +34 91 443 5523. jjordan@unidadeditorial.es UNITED KINGDOM: Oliver Smith & Partners. Tel.: +44 207978 1440 FRANCE: Affinity Media. Tel.: +33 1 53059401 GERMANY & AUSTRIA: International Media Service. Tel.: +49 2188723 28 SWITZERLAND: Triservice. Tel.: +41 22 796 4626 ITALY: Blei Spa. Tel.: +39 02 722 51277 BENELUX: Mediacontact International. Tel.: +322343 4371 USA: Lee & Steel. Tel.: +1 203445 8900 ASIA: Mezzogroup. Tel.: +852 28101398

MÁRKETING DIRECTORA: Samary Fernández Feito. JEFE MÁRKETING: Diego Rayón. **SUSCRIPCIONES:** Avda. San Luis, 25-27. 28033 Madrid. Teléfono: 902 99 81 99/ www.actualidad-economica.com. SERVICIO DE EJEMPLARES ATRASADOS: Teléfono: 902 999 946. **PRODUCCIÓN** DIRECTOR: Fernando Gil. IMPRIME: COBRHI, S.L. C/ Guadiana, 40 - Pol.Ind.Comar. 28864 Ajalvir (Madrid). Tel. 91 884 40 18. DISTRIBUCIÓN: C/ Saturnino Calleja, 7. 28002 MADRID. RESÚMENES DE PRENSA Empresas autorizadas por Actualidad Económica (artículo 32.1, ley 23/2006): Acceso, My News, Vocoenta Media Trade y Factiva.

ATENCIÓN AL SUSCRIPTOR 902 99 81 99

© Unidad Editorial, Revistas Madrid 2008. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser ni en todo ni en parte reproducida, distribuida, comunicada públicamente ni utilizada o registrada a través de ningún tipo de soporte o mecanismo, ni modificada o almacenada sin la previa autorización escrita de la sociedad editora. Conforme a lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley de Propiedad Intelectual, queda expresamente prohibida la reproducción de los contenidos de esta publicación con fines comerciales a través de recopilaciones de artículos periodísticos.
 Difusión controlada por OJD. Miembro de la Asociación de Revistas de Información ARI. Asociada a la Federación Internacional de Periodical Press FIPP. Printed In Spain. Depósito Legal: M-1.500-1958. ISSN: 0001-7655. Precio para Canarias, Ceuta y Melilla: el indicado en la portada, que incluye la sobretasa aérea.