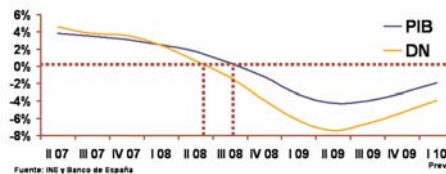


# Centros Comerciales en España: Informe de Actividad Abril 2010

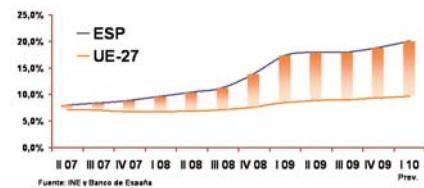
## Economía:

1. España cerró 2009 con un PIB menos negativo del -3,1%, que según previsiones estará por debajo del -2% para el primer trimestre 2010 y de la misma forma la Demanda Nacional redujo su ritmo de caída, con un cierre 2009 del -5,3% y previsiones menores al -4% en marzo 2010.
2. El desempleo por su parte, sigue siendo la asignatura pendiente de nuestra economía con cifras del 18,8% para 2009 y del 20,1% para primer trimestre 2010, frente al 9,4% y al 9,7% para iguales fechas en la Unión Europea con lo que aún desacelerándose el ritmo de caída, se ahonda el diferencial entre nuestro país y el conjunto de Europa.
3. La tasa de variación del IPC cerró 2009 en el 0,8%, hasta llegar al 1,4% en marzo, superando en casi un punto las cifras medias de La Unión Europea.
4. Siguió incrementándose a menor ritmo el ahorro de los hogares, alcanzando una tasa del 19,8% a final de 2009.
5. Por último el Gasto en Consumo Final de los hogares parece que ha tocado suelo según los datos finales de 2009 y el Índice de Comercio Minorista parece reducir sus cifras negativas en el primer trimestre 2010. (ver gráficos nº1 a nº6)

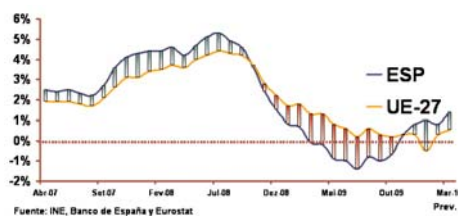
**Gráfico nº 1: PIB y Demanda Nacional en España  
- tasas interanuales -**



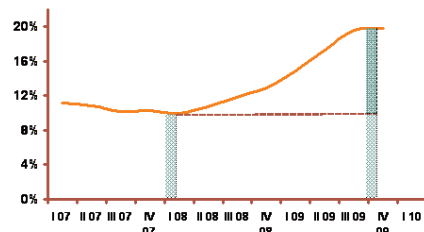
**Gráfico nº 2: Desempleo**



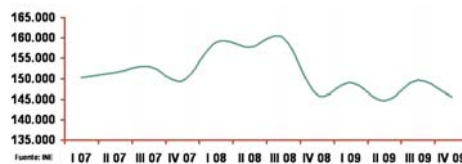
**Gráfico nº 3: IPC armonizado**



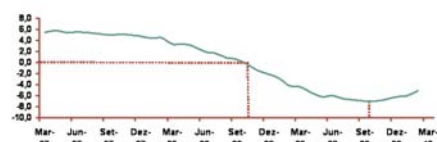
**Gráfico nº 4: Tasa de Ahorro Bruto familiar**



**Gráfico nº 5: Gasto en Consumo final (M€)**



**Gráfico nº 6: Índice de Confianza del Comercio al por menor**



## Mercado de Promoción de Centros Comerciales:

### I. Año 2009

6. Durante el año 2009 se abrieron en España 423.000 m<sup>2</sup> de SBA, de los que 403.000 m<sup>2</sup> se correspondieron con centros comerciales nuevos (un 95%) y 20.000 m<sup>2</sup> con ampliaciones de centros comerciales ya existentes. En total, se computaron 21 aperturas y 3 ampliaciones. Adicionalmente, se computaron 9 aperturas de medianas superficies especializadas (implantadas fuera de complejos comerciales), aunando otros 58.000 m<sup>2</sup> de SBA. (ver cuadros nº1 y nº2)

nº 16 Abril 2010

Publicación Informativa del  
Programa Permanente de  
Investigación LaSBA

**LaSBA**  
CONSULTORIA INMOBILIARIA COMERCIAL

7. Estos datos significan una contracción drástica respecto a los registrados en 2008 (descenso del 63%), año en que ya se había producido el cambio de ciclo pero que asistió a la inauguración de decenas de proyectos gestados durante los años de bonanza.
8. De hecho, 2009 ha sido el año con menor volumen de superficie nueva en el mercado desde 1999, si bien más de un 40% de la SBA inaugurada lo ha sido durante el último trimestre del año.
9. Tomando como base los datos de la AECC, a finales de 2009 se computaba un stock de superficie comercial en España de cerca de 13,6 millones de m<sup>2</sup>, con un incremento de un 3% respecto a 2008, repartidos entre 533 equipamientos comerciales y de ocio.
10. Por tipologías, existen 343 centros de formato tradicional (16 de ellos con más de 80.000 m<sup>2</sup> SBA), 105 Centros basados en Hipermercado y 88 de formato especializado (entre los que se incluyen 50 Parques Comerciales, 26 Centros de Ocio y 12 Centros de Fabricantes).
11. La densidad relativa de SBA en el conjunto de España alcanza ya los 291 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes, siendo las comunidades con una mayor concentración comercial las de Madrid (471 m<sup>2</sup>/1.000 hab.), Asturias (429 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) y Murcia (415 m<sup>2</sup>/1.000 hab.).
12. De las superficies inauguradas en 2009 destacan por su tamaño las de P.C. Plaza Nueva en Leganés (Madrid), C.C. Espacio Coruña en A Coruña y C.C. Vilamarina en Viladecans (Barcelona); el hecho de que el mayor equipamiento inaugurado el pasado año apenas rebasa los 50.000 m<sup>2</sup> pone de relieve la importante reducción del tamaño medio de las promociones, optándose bien por un desarrollo en fases de las mismas (por ejemplo, CC. El Tiro, en Murcia), bien por escoger formatos más ligeros, sencillos de ejecutar y de comercialización más simple. A consecuencia de esto, en los años posteriores verán la luz segundas fases o ampliaciones de equipamientos recientes, si bien en 2009 apenas se contabilizaron tres.
13. El tamaño medio de las aperturas en 2009 se situó en unos 19.200 m<sup>2</sup> de SBA (ello sin tener en cuenta superficies especializadas). El formato más repetido fue el de Parque Comercial, con 7 inauguraciones y 125.000 m<sup>2</sup> de SBA (31% del total), seguido de los Centros Pequeños (<20.000 m<sup>2</sup> SBA), con 6 nuevas aperturas.
14. A nivel geográfico, Madrid ha vuelto a situarse a la cabeza, concentrando el 20% de la superficie nueva, seguida de Galicia (14%) y Andalucía (14%), las siguientes en importancia.

**Cuadro nº 1: Aperturas 2009**

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m <sup>2</sup> )	Mes de Apertura
La Fuensanta (1ª fase)	Móstoles, Madrid	Hispania/Tasinsa	3.500	Enero
Puerta del Ave (1ª fase)	Ciudad Real	Puerta del Ave	7.900	Febrero
Alhsur	La Zubia, Granada	Jardines de la Vega	18.500	Marzo
Cavaleri	San Juan de Aznalfarache, Sevilla	Parque S.Juan	15.800	Marzo
Viapark (1ª fase)	Alcantarilla, Murcia	Copertif Group	9.500	Marzo
Merkamueble Aljarafe	Bollullos, Sevilla	Merkamueble	18.000	Abril
Vilamarina	Viladecans, Barcelona	Metrovacesa	32.000	Abril
León Plaza	León	Martinsa/Grupo Norte	16.500	Mayo
La Serena (1ª fase)	Villanueva de la Serena, Badajoz	Bogaris	4.000	Mayo
Plaza Nueva (1ª fase)	Leganés, Madrid	Realia	50.900	Mayo
Leroy Merlin Oizartun	Oizartun, Guipuzcoa	Leroy Merlin	5.000	Junio
Meixoeiro	Vigo, Pontevedra	Bouygues	19.000	Julio
Miramadrid (1ª fase)	Paracuellos del Jarama, Madrid	Hercesa	4.000	Agosto
Aragonia	Zaragoza	Zaragoza Urbana	30.000	Septiembre
Decathlon Port Forum	Barcelona	Decathlon	4.000	Septiembre
El Corte Inglés	Salamanca	El Corte Inglés	24.000	Septiembre
E. Leclerc	Almendralejo, Badajoz	Leclerc	8.500	Octubre
Espacio A Coruña	La Coruña	Multi Development	41.000	Octubre
Comcor Narón	Narón, La Coruña	Antonio Amorin	7.000	Octubre
Zielo Shopping	Pozuelo de Alarcón, Madrid	Hines	15.200	Octubre
Puerta de Europa	Algeciras, Cádiz	Inversiones Patrimoniales Guadaliza	29.300	Noviembre
Decathlon Onda	Onda, Castellón	Decathlon	8.000	Noviembre
El Tiro (1ª fase)	Murcia	El Tiro de Murcia	29.000	Noviembre
El Corte Inglés	Eibar, Guipuzcoa	El Corte Inglés	20.000	Noviembre
Leroy Merlin Gijón	Gijón	Leroy Merlin	8.000	Noviembre
Media Markt Zaratán	Zaratán, Valladolid	Media Markt	4.000	Diciembre
Decathlon Mijas	Mijas, Málaga	Decathlon	2.500	Diciembre
Decathlon Huesca	Huesca	Decathlon	6.000	Diciembre
Decathlon Águilas	Águilas, Murcia	Decathlon	2.300	Diciembre
Parla Natura	Parla, Madrid	Frey Invest	18.000	Diciembre
<b>TOTAL APERTURAS 2009</b>		<b>30</b>	<b>461.400</b>	

Nota: Se incluyen Medianas Superficies Especializadas y Grandes Almacenes



Parla Natura Parla



Puerta de Europa Algeciras



Plaza Nueva Leganés



Deichmann

pág 2

nº 16 Abril 2010

**OBSERVATORIO LaSBA**





La Roca Village Barcelona



Primark



Howards Storage World



Madrid Xanadú Arroyomolinos

## Cuadro nº 2: Ampliaciones 2009

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m <sup>2</sup> )		
			Ampliada	Inicial	Total
El Manar (2ª fase)	Massalfassar, Valencia	Grupo Pradera	7.500	15.000	22.500
La Cepa (2ª fase)	Huércal de Almería, Almería	Gestpla Invest	7.000	15.000	22.000
Madrid Xanadú (Decathlon)	Arroyomolinos, Madrid	Ivanhoe Cambridge	5.300	134.000	139.300
<b>TOTAL AMPLIACIONES 2009</b>		<b>3</b>	<b>19.800</b>	<b>164.000</b>	<b>183.800</b>

## II. Previsión 2010

- Para el año 2010 se espera un ligero repunte en la SBA de nueva creación, estimándose en unos 560.000 m<sup>2</sup> incluyendo ampliaciones (más otros 50.000 m<sup>2</sup> correspondientes a medianas superficies especializadas). Aunque se trata de una cifra por debajo de los valores medios de la última década, supondría un tercio más de superficie comercial que en 2009. (ver cuadros nº3 y nº4)
- El año en curso verán la luz dos de los proyectos más importantes de los últimos años. En abril, inaugura IKEA en Jerez de la Frontera, esperándose que la mayor parte del P.C. Luz Shopping esté en funcionamiento antes de que finalice 2010 (140.000 m<sup>2</sup> SBA). Por su parte, en junio IKEA será la primera apertura del C.C. Marineda Plaza (191.000 m<sup>2</sup>), si bien el resto del equipamiento retrasa su inauguración hasta marzo de 2011.
- Otros importantes proyectos previstos para 2010 son C.C. Splau en Cornellà (54.500 m<sup>2</sup> SBA) y C.C. Arena Multiespacio en Valencia (32.000 m<sup>2</sup>), ambos en primavera; El Corte Inglés abrirá tres nuevos grandes almacenes (Tarragona, El Ejido y Córdoba). En general, se observa un incremento del tamaño medio de las promociones (omitiendo las superficies especializadas, 32.300 m<sup>2</sup> SBA en 2010 frente a los 19.200 m<sup>2</sup> de 2009).
- Realmente, el incremento de SBA previsto en 2010 en relación a los datos de 2009 se debe al alto número de ampliaciones de centros ya existentes (un total de 12, con 173.000 m<sup>2</sup> SBA), siendo especialmente significativas las segundas fases del C.C. El Tiro (Murcia) y P.C. El Osito Park (La Pobra).
- En un contexto más general, a finales de 2009 se cumplió el plazo impuesto por la Comisión Europea para que los Estados Miembros adaptaran sus legislaciones internas a la nueva Directiva de Servicios ("Bolkenstein"), lo que en el ámbito de la actividad comercial se esperaba condujese a una apertura y liberalización del sector, así como a una reducción de las trabas administrativas.

## Cuadro nº 3: Aperturas Previstas 2010

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m <sup>2</sup> )	Fecha de Apertura
Isla de Corfú	Alicante	Cívica	16.000	Marzo
Luz Shopping	Jerez de la Frontera, Cádiz	Inter IKEA	140.000	Abril
Arena Multiespacio	Valencia	Gesfesa y Montoro	32.000	Abril
Ribera Nord (Splau)	Cornellà de Llobregat	Acciona	54.500	Mayo
Decathlon Narón	Narón, A Coruña	Decathlon	4.000	Primavera
Decathlon Oleiros	Oleiros, A Coruña	Decathlon	4.000	Primavera
Arraioz	Arraioz, Navarra	Urtelor	3.000	Mayo
Marineda Plaza (1ª fase: Ikea)	A Coruña	Superco	30.000	Junio
Brico Dépôt Getafe	Getafe, Madrid	Brico Dépôt	8.000	Junio
A Gándara	Narón, A Coruña	Urbanova	4.500	Julio
El Corte Inglés	Tarragona	El Corte Inglés	24.000	Otoño
El Corte Inglés Ejido	Ejido, Almería	El Corte Inglés	36.000	2º Semestre
Ronda de Córdoba	Córdoba	El Corte Inglés	33.500	2º Semestre
El Serralto Plaza	Granada	Inversiones Area Sur	12.000	Diciembre
Decathlon Cocentaina	Cocentaina, Alicante	Decathlon	2.000	Finales
Factory Coruña	Culleredo, A Coruña	Neinver	12.600	Finales
El Prado	Mérida, Badajoz	Sepes	20.000	Finales
<b>TOTAL APERTURAS PREVISTAS 2010</b>		<b>17</b>	<b>436.100</b>	

Nota: Se incluyen Medianas Superficies Especializadas y Grandes Almacenes

## Cuadro nº 4: Ampliaciones Previstas 2010

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m <sup>2</sup> )		
			Ampliada	Inicial	Total
Las Marismas	Los Barrios, Cádiz	Detea	10.000	30.000	40.000
Parque Comercial Xanadú (Bricor)	Arroyomolinos, Madrid	Ivanhoe Cambridge/C.Inglés	13.000	139.300	152.300
Puerta Chiclana	Chiclana, Cádiz	Redevco	12.000	10.000	22.000
Vega del Rey (2ª fase)	Camas, Sevilla	Solcampo	5.000	13.000	18.000
Puerta del Ave (2ª fase)	Ciudad Real	3C Development	7.750	7.900	15.650
La Serena (2ª fase)	Vilanova de la S., Badajoz	Bogaris	13.000	4.000	17.000
Viapark Murcia (E. Leclerc)	Alcantarilla, Murcia	Coperfil	9.300	9.500	18.800
El Tiro (2ª fase)	Murcia	El Tiro Murcia, S.L.	41.000	29.000	70.000
Eroski Ipurua	Éibar, Guipúzcoa	Eroski	3.900	2.800	6.700
ECl Castellana (Torre Titania)	Madrid	El Corte Inglés	11.000	56.000	67.000
La Maquinista	Barcelona	Rodamco	15.000	76.000	91.000
Osito Park (2ª fase)	La Pobra V., Valencia	LIM	32.500	23.500	56.000
<b>TOTAL AMPLIACIONES PREVISTAS 2010</b>		<b>12</b>	<b>173.450</b>	<b>401.000</b>	<b>574.450</b>

pág 3

nº 16 Abril 2010

OBSERVATORIO LaSBA



20. En España, el estado central ha impulsado una legislación marco que deja en manos de las Comunidades Autónomas la legislación de desarrollo, de modo que se mantiene una gran disparidad normativa entre unas regiones y otras. Cumpliendo con estas premisas, la mayor parte de las CC.AA. ya han actualizado sus legislaciones en materia de comercio (entre los casos pendientes, Aragón).
21. En términos generales puede decirse que, lejos de liberalizar el sector, las nuevas leyes autonómicas han sustituido las restricciones anteriores (de índole económica, competencia del mercado, etc.) por otras más veladas (criterios urbanísticos, medioambientales, "interés general"), sin una transferencia efectiva de la decisión final a las administraciones locales; en algunos casos, incluso, se ha complicado aún más el procedimiento burocrático.
22. Sólo la Comunidad de Madrid ha hecho una apuesta clara por la liberalización del sector, lo que hasta cierto punto resulta paradójico teniendo en cuenta que presenta el mercado más maduro, con tendencia a la saturación. En el extremo opuesto, Cataluña se reafirma en su protección del comercio urbano, a pesar de ser uno de los mercados con mayor potencial de desarrollo. Durante los tres primeros trimestres de 2009 el mercado de centros comerciales se ha contagiado del desaliento económico general, reflejando una fuerte contracción en el ritmo de aperturas. De este modo, se han presenciado tan solo 14 aperturas y 2 ampliaciones, con una SBA conjunta de 245.000 m<sup>2</sup>, lo que supone un tercio de la SBA inaugurada en el mismo período del año 2008, si bien supone un nivel muy similar al contabilizado en 2007.

### Centros en funcionamiento:

23. La afluencia a los centros comerciales cerró el año 2009 con un aumento del 6,2% en diciembre respecto al mismo mes del ejercicio anterior, lo que supone la mayor subida del año. En el primer trimestre del año 2010 las afluencias también han mejorado con una subida del 1,2% respecto al mismo periodo del año anterior, según el Índice Footfall.
24. El CC Avenida M-40, propiedad de Sonae Sierra, entra en concurso de acreedores solicitado por la empresa al encontrarse en situación de insolvencia.
25. El formato de centro de fabricantes o outlet sigue siendo el único que ve crecer las ventas (Las Rozas Village +12%, La Roca Village +10%, Park Avenue +26%) respecto ejercicios anteriores.
26. La baja ocupación en la mayoría de los complejos inaugurados en 2009 es el denominador común: Vilamarina en Viladecans, Aragonia en Zaragoza, León Plaza en León, Puerta Europa en Algeciras,... Solo algunos como Zielo Shopping de Pozuelo consiguen alcanzar más del 80% a la apertura.
27. Si bien un número elevado de operadores ha frenado sus planes de expansión en España la mayor parte de ellos desea estar presente en los mejores Centros Comerciales por lo que la demanda continúa fuerte en este grupo de Centros en detrimento de los secundarios o de nueva apertura.
28. Se siguen renegociando contratos y concediendo bonificaciones para retener a los comerciantes, siendo esta tendencia más acusada en los Centros secundarios que en los prime por la razón anterior.

### Información sobre operadores:

29. El incremento en la superficie de distribución viene de la mano de los supermercados mientras que los hipermercados se estancan frenando sus aperturas.
30. Las ventas comparables de Carrefour España cayeron un 6,4% en 2009 respecto a 2008, debido a la debilidad del consumo y la guerra de precios del sector.
31. Las cadenas continúan con sus planes de reestructuración como Inditex que cierra 6 tiendas de Zara en 2009 o Urende que cierra 3 establecimientos en Madrid.
32. Primark sigue destacando por el excepcional comportamiento de sus ventas en España que se incrementan un 10%.
33. H&M reduce un 2% sus ventas en España en 2009 a pesar de incrementar su red en 15 tiendas.
34. Inditex mejora su beneficio un 5% en 2009 e incrementa sus ventas un 7%.



Cavaleri S. Juan Aznalfarache, Sevilla



Avenida M40 Madrid



Alhsur La Zubia, Granada



León Plaza León

pág 4

nº 16 Abril 2010

**OBSERVATORIO LaSBA**





Prenatal



Príncipe Pío Madrid



Urende



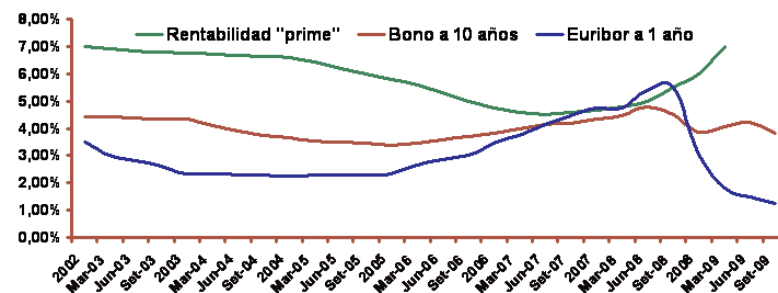
Zielo Shopping Pozuelo de Alarcón

35. Desigual continúa imparable su crecimiento y cierra 2009 con un incremento cercano al 70%.
36. A pesar de la caída de la facturación del 3,3% en 2009 en España IKEA sigue creciendo al ritmo de antes la crisis.
37. Como novedades destacan el nuevo formato de mediana superficie de la francesa Prenatal para su implantación en Parques Comerciales o Sporttown, tienda de ropa, zapatos y complementos deportivos de El Corte Inglés.
38. El mercado español continúa atrayendo marcas internacionales de distribución de moda como la americana Hollister o la alemana Deichmann.
39. Cadenas que recientemente iniciaron su expansión en España continúan con sus expectativas de crecimiento como Howards Storage World con 3 tiendas y previsión de 70 nuevas tiendas en los próximos años.

### Mercado de Inversión:

40. Se sigue ampliando el distanciamiento entre el Coste Financiero y la Rentabilidad "prime" que se sitúa en niveles del año 2002, un euribor que desciende a cifras históricamente mínimas (1,62% en 2009), con un renta fija que mantiene unos niveles algo menores del 4%(3,98% en 2009). Esta coyuntura aparentemente favorable no se plasma en el cierre de operaciones, debido a la falta de confianza del mercado (aunque se aprecia cierta mejoría) y muy especialmente a la limitación del crédito y la dificultad de encontrar financiación estructurada para las operaciones. (ver gráfico nº7)
41. Se mantiene la atonía en el ritmo de operaciones de Inversión en nuestro país, si bien siguen produciéndose como un goteo operaciones en Centros Comerciales de primer nivel.
42. El volumen total de operaciones en 2009 alcanzó una cifra superior a los 800 MM€ , con 7 transacciones de centros comerciales frente a los 1.323 MM€ y 12 centros en el 2008. (ver cuadro nº5)
43. En el ultimo trimestre de 2009 se han producido la venta de Nervión Plaza en Sevilla, por parte de Realia a Henderson Global Investors por un importe de 94 MM€ y la de Ribera del Xuquer, en Carcaixant (Valencia), por parte de Grupo Lar a UBS Global AM.
44. Se aprecia una fuerte restricción del mercado de inversión en operaciones en Centro Comerciales, destacando la ausencia de operaciones en Parques Comerciales. Prácticamente la totalidad de las transacciones corresponden a Centros Comerciales; el resto corresponden a la Cartera de Hipermercados y Supermercados de Eroski, locales comerciales y medianas superficies.

Gráfico nº 7: Comparativa Rentabilidad/Coste Financiero/Renta Fija



Cuadro nº 5: Principales Operaciones de Inversión 2009

Centro Comercial	Localidad	Provincia	Vendedor	Comprador	SBA (m²)	Precio MM€
La Maquinista (49%)	Barcelona	Barcelona	Unibail Rodamco	GIC Real Estate	59.000	215,0
Habaneras (49%)	Torrevieja	Alicante	Unibail Rodamco	GIC Real Estate	24.000	215,0
Parque Principado (50%)	Lugones	Asturias	Grupo LAR	ING	74.000	84,0
Plenilunio	Madrid	Madrid	Santander	Orion Columba	70.000	235,0
Príncipe Pío (95%)	Madrid	Madrid	Riofisa	Corio	32.500	126,5
Nervión Plaza (sin cines)	Sevilla	Sevilla	Realia	Henderson G.I.	16.000	94,0
Ribera del Xuquer (sólo galería comercial)	Carcaixent	Valencia	Grupo LAR	UBS Global AM	22.000	47,0
<b>Totales 2009</b>					<b>297.500</b>	<b>801,5</b>



**Cuadro nº 6: Principales Operaciones de Inversión Enero - Marzo 2010**

Centro Comercial	Localidad	Provincia	Vendedor	Comprador	SBA (m²)	Precio MM€
Espacio Torrelodones	Torrelodones	Madrid	MDC	Corio	33.700	65,0
H2Ocio	Rivas Vaciamadrid	Madrid	Avantis	Alpha Tiger	50.000	83,3
<b>Totales Enero - Marzo 2010</b>					<b>83.700</b>	<b>148,3</b>

45. Resaltar igualmente que todas las operaciones corresponden a centros en explotación, no habiéndose producido operaciones en proyectos.
46. El inversor internacional ha sido el protagonista en la totalidad de las operaciones realizadas a lo largo de 2009.
47. Por el lado de la rentabilidad como ya anticipábamos en el cuadro se ha mantenido la tendencia en los niveles de rentabilidad exigida en las operaciones de inversión de los tres primeros trimestres de 2009, situándose a finales de año entorno al 7,2% (con una banda entre el 7% y el 7,4%) para los productos "prime" y de una cuantificación difícil de ajustar para los secundarios, debido a la ausencia de operaciones pero que podrían situarse en el entorno del 8,5 % - 9%.
48. Nos encontramos ante un mercado con escasez de operaciones, concentrado en centros consolidados y en operaciones de adquisiciones parciales de centros o participaciones de los mismos. Esta tendencia a realizar operaciones principalmente en centros de alta consolidación, referentes de su área de influencia y con los principales operadores puede provocar una bajada de las rentabilidades en estas transacciones, dada la presión de la demanda y la escasez de la oferta.
49. Las dos operaciones de relevancia en el primer trimestre de 2010 han sido la venta de Espacio Torrelodones en Torrelodones (Madrid), por parte de MDC a Corio por un importe de 65 MM €, el cual se englobaba dentro de una cartera de centros comerciales en Europa valorada en 1.300 MM€ ; y la venta de H2Ocio en Rivas Vaciamadrid (Madrid) por parte de Avantis a Alpha Tiger, por importe de 83,3 MM €. (ver cuadro nº6)
50. Para concluir, decir que la favorable coyuntura para la inversión evidenciada por todas las variables analizadas anteriormente, solo se concreta en la búsqueda de oportunidades de productos de primer nivel, debido a la desconfianza de la inversión internacional en las economías mas afectadas por la crisis (las conocidas como PIGS), entre las que se encuentra España, produciéndose una cierta paradoja en la que se simultanea una presión alcista en los precios para los productos dominantes en su área de atracción, con altos niveles de ocupación, operadores de primera línea y consolidados, productos en definitiva de bajo riesgo, con una atonía en el resto del mercado, hasta que se diluyan las incertidumbres económicas actuales.

**Renuncia de Responsabilidad LaSBA 2010**

La información contenida en este documento es para el uso exclusivo de los clientes de LaSBA. Ninguna información recogida en el mismo representa el funcionamiento actual del mercado, ni su funcionamiento futuro. Esto incluye proyecciones, estimaciones y opiniones. LaSBA no adquiere ninguna responsabilidad de la información contenida en este documento y no puede proporcionar la representación o la garantía de su precisión. Aunque las fuentes usadas para la información contenida en este documento se consideran fiables por los autores, la verificación independiente es necesaria para la confirmación de su corrección y comprensión. La reproducción del documento se prohíbe terminantemente sin el permiso escrito de LaSBA.