

---

Empresa

# CBRE y JLL se cuelan entre las 500 empresas más admiradas del mundo

La empresa especializada en *branding* SUMMA ha creado un ránking de las marcas del Ibex35 más empáticas para el consumidor, entre las que se han colado las socimis Colonial y Merlin.

---

C. Pareja  
25 ene 2018 - 04:57



El real estate se cuele entre las empresas más admiradas del mundo. Por detrás de empresas como Apple, McDonalds o Coca-Cola se colocan algunas empresas especializadas en el negocio inmobiliario, como es el caso de las consultoras CBRE y JLL, con presencia en el mercado español y en gran parte del mundo, según la lista *Fortune*, que recoge a las 500 empresas más admiradas del mundo.

---

**CBRE es la segunda empresa de real estate más valorada del mundo**, por detrás de la hotelera Host Hotels & Resorts, que ocupa el primer puesto en cuanto a empresas más valoradas del sector en todo el mundo. En cuanto a la consultora, que ocupa el puesto 214 en la lista Fortune, ha escalado posiciones hasta situarse como la segunda más importante, ya que en 2016 ocupó el cuarto puesto.

CBRE, con sede en Los Ángeles, ha sido calificada por Fortune con un 6,7. La publicación, además, también otorga una serie de atributos a cada compañía. En el caso de la consultora, Fortune ha escogido a CBRE como la compañía número uno del negocio del real estate en cuanto al uso de activos corporativos, solidez financiera y el valor de sus inversiones a largo plazo.

**La tercera posición la ocupa Simon Property Group**, una compañía con sede en Indianápolis que se ha convertido en uno de los líderes globales en el negocio de los centros comerciales y el ocio. La compañía, que ocupa la posición número 477 en el ránking global de Fortune, cuenta con propiedades en Estados Unidos, Europa y Asia.

## **Fortune ha valorado a JLL con una puntuación de 6,3 y a CBRE con un 6,7**

Simon ha sido señalada por Fortune como una de las principales empresas del real estate internacional en cuanto a innovación, uso de sus activos corporativos y la calidad de sus directivos para dirigir equipos.

**La cuarta empresa la ocupa la consultora Jones Lang Lasalle (JLL)**, que con sede en Chicago ocupa la posición número 391 en la lista global de Fortune. No obstante, JLL ha retrocedido dos posiciones como una de las empresas más admiradas del negocio inmobiliario internacional, ya que en 2016 ocupaba la posición número 2.

Este año, Fortune ha valorado a JLL con una puntuación de 6,3, y de ella destaca su competitividad a nivel global, su responsabilidad social y la calidad de los productos que ofrece a sus clientes.

---

La quinta posición la ocupa el grupo estadounidense Venta, que cuenta con una calificación del 6,1, según Fortune. La compañía está especializada en la inversión y gestión de activos médicos, así como residencias para la tercera edad y edificios dedicados al estudio de la ciencia, entre otros.

### **Colonial y Merlin, entre las marcas más empáticas del Ibex35**

**Colonial y Merlin, por su parte, también se han colado recientemente en un ránking que mide la empatía de las marcas** que cotizan en el Ibex35. El estudio, denominado *Top Emphatic Brands 2018*, es el primero de este tipo que se realiza en España y su objetivo es evaluar el grado y perfil empático de las marcas, entendiendo como marca empática aquella que “posee y emplea la inteligencia emocional y tiene la habilidad de escuchar y entender de verdad a sus públicos, poniéndose en su lugar en todo momento y compartiendo con ellos sus necesidades, aspiraciones e intereses”, reza el estudio.

## **Las socimis Colonial y Merlin se han colado en el ‘Top Emphatic Brands 2018’**

Para realizar la primera oleada del estudio se ha contado con una muestra de personas de 25 a 65 años que leen prensa económica y siguen habitualmente las cotizaciones en bolsa.

SUMMA, que ha sido la empresa responsable del estudio, ha llevado a cabo dinámicas de grupo para detectar las variables que definen la empatía de una marca, resumiéndolas en ocho principales: autenticidad, responsabilidad, 'me entienden', interacción, cercanía, relevancia, identificación e innovación. Posteriormente se han realizado 944 entrevistas online con el fin de valorar el índice empático de las marcas del selectivo madrileño respecto a estas variables.

Así, Colonial se posiciona como la segunda marca que más interacciona con su público, al “entenderlo y ponerse en su lugar”, “que se comunica de una manera adecuada” y “que le respeta tal y como es”. En este grupo, Merlin ocupa la quinta posición.

La socimi de Ismael Clemente también saca buena nota en cuanto a que es “amigable y de buen trato”, por detrás de otros grupos como Enagas, Indra, Grifols y DIA. Merlin también ocupa la segunda posición en la categoría de identificación, ya que

---

| “refleja bien la personalidad de la marca” y “transmite vitalidad y positividad”.