

CLIPPING DE NOTICIAS

EMO BANCA 2025



Índice

El 41% de los usuarios contrata seguros a través de su banco principal Expansion.com - 10/04/2025	4
Mediolanum, la marca bancaria más emocional Investigación marketingxdigital.com - 09/04/2025	5
Mediolanum, la marca bancaria más emocional MarketingNews.es - 09/04/2025	6
Un estudio ha demostrado que los bancos están perdiendo la confianza de sus clientes Movilzona.es - 07/04/2025	7
La penetración de los seguros bancarizados alcanza el 41% de los clientes Inese.es - 07/04/2025	8
Los clientes pierden la confianza en Banco Sabadell, Unicaja y CaixaBank Msn (Spain) - 06/04/2025	9
Los clientes pierden la confianza en Banco Sabadell, Unicaja y CaixaBank merca2.es - 06/04/2025	10
El negocio de seguros de los bancos avanza y cada vez tiene más peso en sus cuentas Infobae - 30/03/2025	11
Los seguros de los bancos tienen cada vez más peso en sus cuentas Msn (Spain) - 30/03/2025	12
Los seguros de los bancos tienen cada vez más peso en sus cuentas eleconomista.es - 30/03/2025	13
El negocio de seguros de los bancos avanza y cada vez tiene más peso en sus cuentas elobrero.es - 30/03/2025	14
Los seguros ganan terreno en las cuentas de la banca eldebate.com - 30/03/2025	15
El negocio de seguros de los bancos avanza y cada vez tiene más peso en sus cuentas es.investing.com - 30/03/2025	16
Cajamar es uno de los bancos con más vinculación emocional con sus clientes lavozdealmeria.es - 29/03/2025	17
El 41% de los clientes contrata seguros con sus entidades bancarias, 5 p.p. más que el año anterior www.mercadoprevisor.es - 27/03/2025	18
El 45% de los clientes de los bancos tiene seguros con sus entidades financieras segurosnews.com - 27/03/2025	19
La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights Msn (Spain) - 25/03/2025	20
Sabadell acusa las dudas sobre su futuro con una merma de la vinculación emocional de sus clientes Expansion.com - 26/03/2025	21
El 41% de los clientes contrata seguros con sus entidades bancarias, 5 p.p. más que el año anterior GrupoAseguranza.com - 26/03/2025	22
Banco Mediolanum, ING y Openbank lideran la conexión emocional en Banca lpmark.com - 26/03/2025	23

La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights Cantabriaeconomica.com - 25/03/2025	24
La fidelidad emocional de los clientes de servicios bancarios ha mejorado por segundo año consecutivo, según EMO Insights noticiasde.es - 25/03/2025	25
La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights Cronicadecantabria.com - 25/03/2025	26
La tendencia creciente en la vinculación emocional de los clientes de banca que debes conocer Diario24 - 25/03/2025	27
La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights DiarioSigloXXI.com - 25/03/2025	28
Economía/Finanzas.- La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights BolsaMania.com - 25/03/2025	29
La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights forbes.es - 25/03/2025	30
La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights Estrategiasdeinversion.com - 25/03/2025	31
La lealtad emocional de los clientes de servicios bancarios ha incrementado por segundo año consecutivo, según EMO Insights diarioeconomia.com - 25/03/2025	32
La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights europapress.es - 25/03/2025	33
La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights mercadofinanciero.com - 25/03/2025	34
La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights lavanguardia.com - 25/03/2025	35
La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights pressdigital.es - 25/03/2025	36
La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights norbolsa.es - 25/03/2025	37



El 41% de los usuarios contrata seguros a través de su banco principal

Los datos, recogidos en la tercera edición del Informe de seguros bancarizados elaborado por la consultora, muestran que el porcentaje de clientes que adquiere una póliza de...



Las pólizas de seguro han pasado de ser un producto complementario a una pieza clave en su estrategia de rentabilidad y fidelización de las entidades bancarias. De acuerdo con [EMO Insights International](#), el 41% de los clientes contrata estos productos ...



Mediolanum, la marca bancaria más emocional | Investigación

Imagen de una campaña Medialanum Emo Insights ha presentado las principales conclusiones de las emociones del 13 ° estudio en la banca individual en España, que investiga cómo las emociones influyen en las decisiones financieras y la relación bancaria-cliente. A nivel del sector, este año los datos muestran un índice de 31.4 puntos (resumen del [...])



Imagen de una campaña Medialanum Emo Insights ha presentado las principales conclusiones de las emociones del 13 ° estudio en la banca individual en España, que investiga cómo las emociones influyen en las decisiones financieras y la relación bancaria-cliente. ...



Mediolanum, la marca bancaria más emocional

El Estudio de Emociones en Banca 2025 revela que la vinculación emocional de los clientes con su banco principal ha registrado un aumento de 3,3 puntos con respecto a 2024, gracias especialmente al incremento de las emociones positivas en su experiencia.



El Estudio de Emociones en Banca 2025 revela que la vinculación emocional de los clientes con su banco principal ha registrado un aumento de 3,3 puntos con respecto a 2024, gracias especialmente al incremento de las emociones positivas en su experiencia. ...



Un estudio ha demostrado que los bancos están perdiendo la confianza de sus clientes

Un estudio reciente nos muestra que algunas entidades bancarias están perdiendo la confianza de sus clientes y no saben recuperarla.



Según hemos podido ver en un estudio reciente, muchos clientes pierden la confianza en su entidad bancaria. Hablamos del Estudio de Emociones en Banca 2025, en el que la confianza de los clientes de muchos bancos para depositar su dinero y para otras ...



La penetración de los seguros bancarizados alcanza el 41% de los clientes

El 'Estudio de [Emociones en Banca 2025](#)', de [EMO Insights](#), revela un aumento en la penetración de los seguros bancarizados, alcanzando ya al 41% de los clientes, lo que supone un incremento de 5 puntos respecto al año anterior. Este crecimiento se ha observado ...



> 6 de abril de 2025, 7:26

PAÍS: ESP
TIPO: web
AVE: €35673.16
AUDIENCIA: 3535039

AMD: 660614.00
TMU: 1.41 min
AUTOR:
URL: www.msn.com



> [Versión en línea](#)

Los clientes pierden la confianza en Banco Sabadell, Unicaja y CaixaBank

La confianza del cliente en los bancos para depositar su dinero es una de las claves para la fidelización, y para la elección. Banco Sabadell, Unicaja y CaixaBank, en el Estudio de [Emociones en Banca 2025](#), muestran que las tres están por debajo de la ...



Los clientes pierden la confianza en Banco Sabadell, Unicaja y CaixaBank

La confianza del cliente en los bancos para depositar su dinero es una de las claves para la fidelización, y para la elección. Banco Sabadell, Unicaja y



La confianza del cliente en los bancos para depositar su dinero es una de las claves para la fidelización, y para la elección. Banco Sabadell, Unicaja y CaixaBank, en el Estudio de [Emociones en Banca 2025](#), muestran que las tres están por debajo de la ...

El negocio de seguros de los bancos avanza y cada vez tiene más peso en sus cuentas

La contratación de seguros con bancos o a través de ellos sigue avanzando y este negocio tiene cada vez más peso en sus cuentas, especialmente en las de los procedentes de las antiguas cajas de ahorros.



> 30 de marzo de 2025, 19:00

PAÍS: ESP
TIPO: web
AVE: €35673.16
AUDIENCIA: 3535039

AMD: 660614.00
TMU: 1.41 min
AUTOR:
URL: www.msn.com



> [Versión en línea](#)

Los seguros de los bancos tienen cada vez más peso en sus cuentas

... los bancos a una pieza de su estrategia de rentabilidad y fidelización de clientes, según refleja un estudio de la compañía [Emo Insights](#) sobre vinculación de los clientes con sus entidades, en el que ha analizado 19 bancos. La penetración de los seguros ...



> 30 de marzo de 2025, 18:13

PAÍS: ESP
TIPO: web
AVE: €39397.81
AUDIENCIA: 8633555

AMD: 729589.00
TMU: 0.16 min
AUTOR: Luis M. García
URL: www.eleconomista.es



> [Versión en línea](#)

Los seguros de los bancos tienen cada vez más peso en sus cuentas

... los bancos a una pieza de su estrategia de rentabilidad y fidelización de clientes, según refleja un estudio de la compañía [Emo Insights](#) sobre vinculación de los clientes con sus entidades, en el que ha analizado 19 bancos.

En el último año, la penetración ...



El negocio de seguros de los bancos avanza y cada vez tiene más peso en sus cuentas

La contratación de seguros con bancos o a través de ellos sigue avanzando y este negocio tiene cada vez más peso en sus cuentas, especialmente en las de los procedentes de las antiguas cajas de ahorros. En un reciente informe sobre la banca española, la consultora Alvarez & Marsal subraya que en...

... los bancos a una pieza de su estrategia de rentabilidad y fidelización de clientes, según refleja un estudio de la compañía [Emo](#) Insights sobre vinculación de los clientes con sus entidades, en el que ha analizado 19 bancos.

En el último año, la penetración ...



Los seguros ganan terreno en las cuentas de la banca

Ibercaja y Caixabank fueron el año pasado los bancos en que los ingresos por recursos fuera de balance tuvieron mayor peso



... los bancos a una pieza de su estrategia de rentabilidad y fidelización de clientes, según refleja un estudio de la compañía [Emo Insights](#) sobre vinculación de los clientes con sus entidades, en el que ha analizado 19 bancos.

En el último año, la penetración ...



El negocio de seguros de los bancos avanza y cada vez tiene más peso en sus cuentas

... los bancos a una pieza de su estrategia de rentabilidad y fidelización de clientes, según refleja un estudio de la compañía [Emo](#) Insights sobre vinculación de los clientes con sus entidades, en el que ha analizado 19 bancos.

La penetración de los seguros ...



Cajamar es uno de los bancos con más vinculación emocional con sus clientes

Según informe de EMO Insights, a pesar de los retos digitales el factor humano sigue siendo clave



Según informe de EMO Insights, a pesar de los retos digitales el factor humano sigue siendo clave
Actualizado:

Cajamar, el grupo de banca cooperativa almeriense que va camino de los 60 años de actividad, ha resultado bien parada en el informe de la ...



El 41% de los clientes contrata seguros con sus entidades bancarias, 5 p.p. más que el año anterior

Para los bancos, los seguros han pasado de ser un simple producto complementario a...



Para los bancos, los seguros han pasado de ser un simple producto complementario a una pieza clave en su estrategia de rentabilidad y fidelización, así como en un aporte extra de vinculación emocional con los clientes en los últimos años. Por ello, EMO ...



El 45% de los clientes de los bancos tiene seguros con sus entidades financieras

EMO Insights ha presentado las conclusiones del '13º Estudio [Emociones en Banca](#) de Particulares en España', que proporciona una visión sobre cómo las [emociones](#) influyen en las decisiones financieras y en la relación banco-cliente. A nivel sectorial, este año los datos muestran un [EMO Index®](#) de 31,4 puntos, lo que supone un incremento de 3,3 [...]



EMO Insights ha presentado las conclusiones del '13º Estudio [Emociones en Banca](#) de Particulares en España', que proporciona una visión sobre cómo las [emociones](#) influyen en las decisiones financieras y en la relación banco-cliente . A nivel sectorial, ...



> 25 de marzo de 2025, 15:45

PAÍS: ESP
TIPO: web
AVE: €35673.16
AUDIENCIA: 3535039

AMD: 660614.00
TMU: 1.41 min
AUTOR:
URL: www.msn.com



> [Versión en línea](#)

La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights

... una gran oportunidad para las cajas de ahorros, al combinar lo mejor de ambos mundos", ha indicado la consejera delegada de EMO Insights, Elena Alfaro. De las diecinueve entidades analizadas en esta edición del estudio ostenta el liderazgo del ranking ...



Sabadell acusa las dudas sobre su futuro con una merma de la vinculación emocional de sus clientes

Como se desprende del 13º Estudio emociones en banca de particulares en España, elaborado por la consultora, la entidad presidida por Josep Oliu se sitúa en la parte baja del...



... anunciada por parte de BBVA para la adquisición de la entidad vallesana, lo que penaliza las expectativas de los usuarios, según EMO Insights International.

Como se desprende del 13º Estudio emociones en banca de particulares en España , elaborado por la ...



El 41% de los clientes contrata seguros con sus entidades bancarias, 5 p.p. más que el año anterior

Para los bancos, los seguros han pasado de ser un simple producto complementario a...



Para los bancos, los seguros han pasado de ser un simple producto complementario a una pieza clave en su estrategia de rentabilidad y fidelización, así como en un aporte extra de vinculación emocional con los clientes en los últimos años. Por ello, EMO ...



Banco Mediolanum, ING y Openbank lideran la conexión emocional en Banca

Banco Mediolanum, ING y Openbank encabezan el ranking de los bancos con mayor conexión emocional con sus clientes.



El 13º Estudio de Emociones en Banca 2025 revela que la conexión emocional de los clientes con sus bancos principales sigue en aumento, destacando a Mediolanum, ING y Openbank como los referentes en este ámbito, así como la importancia del factor humano ...



La fidelidad emocional de los clientes de servicios bancarios ha mejorado por segundo año consecutivo, según EMO Insights

MADRID, 25 (EUROPA PRESS) La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en ...



La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights

La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice EMO Index , elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en los 31,4 puntos, desde los 28,1 enteros del año anterior. "A pesar de los avances en

La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice EMO Index , elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en los 31,4 puntos, desde los ...



La tendencia creciente en la vinculación emocional de los clientes de banca que debes conocer

Descubre cómo la conexión emocional impulsa la satisfacción en la banca y qué tendencias se consolidan este año. ¡No te lo pierdas!



La banca mejora su vinculación emocional con clientes, alcanzando niveles de hace nueve años. La vinculación emocional de los clientes con la banca ha alcanzado su nivel más alto en los últimos nueve años, según el índice 'EMO Index' de 2024, que se ha ...



La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights

La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por ...

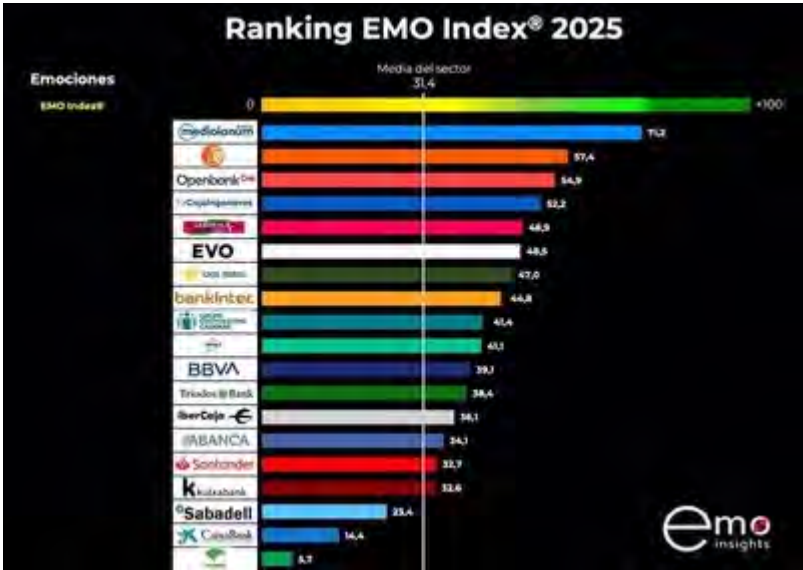


La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en los 31,4 puntos, desde los ...



Economía/Finanzas.- La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights

MADRID, 25 (EUROPA PRESS) La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en los 31,4 puntos, desde los 28,1 enteros del año anterior.



Archivo - Ranking EMO Index 2025 de vinculación emocional de clientes de banca. EMO INSIGHTS
- Archivo MADRID, 25 (EUROPA PRESS) La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve ...

La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights

MADRID, 25 (EUROPA PRESS) La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve



... consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en los 31,4 puntos, desde los 28,1 enteros del año anterior.

«A ...



La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights



La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en los 31,4 puntos, desde los ...



La lealtad emocional de los clientes de servicios bancarios ha incrementado por segundo año consecutivo, según EMO Insights

MADRID, 25 (EUROPA PRESS) La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en los 31,4 puntos, desde los 28,1 enteros del año anterior. "A pesar de...

MADRID, 25 (EUROPA PRESS)

La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en ...



La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights

La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar...



MADRID 25 Mar. (EUROPA PRESS) - La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en ...



La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights

La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar...



MADRID 25 Mar. (EUROPA PRESS) - La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en ...

La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights

MADRID, 25 (EUROPA PRESS) La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desp...



MADRID, 25 (EUROPA PRESS)

La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en ...

La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights

La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EM ...



La banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en los 31,4 puntos, desde los ...



La vinculación emocional de los clientes de banca mejora por segundo año, según EMO Insights

MADRID, 25 (EUROPA PRESS) La Banca elevó por segundo año consecutivo la vinculación emocional de sus clientes, hasta alcanzar niveles de hace de nueve años, según se desprende del índice 'EMO Index', elaborado por EMO Insights, que se situó en 2024 en ...