

CHRISTUS MUGUERZA entre las empresas que lideran la conversación digital durante la pandemia por COVID-19

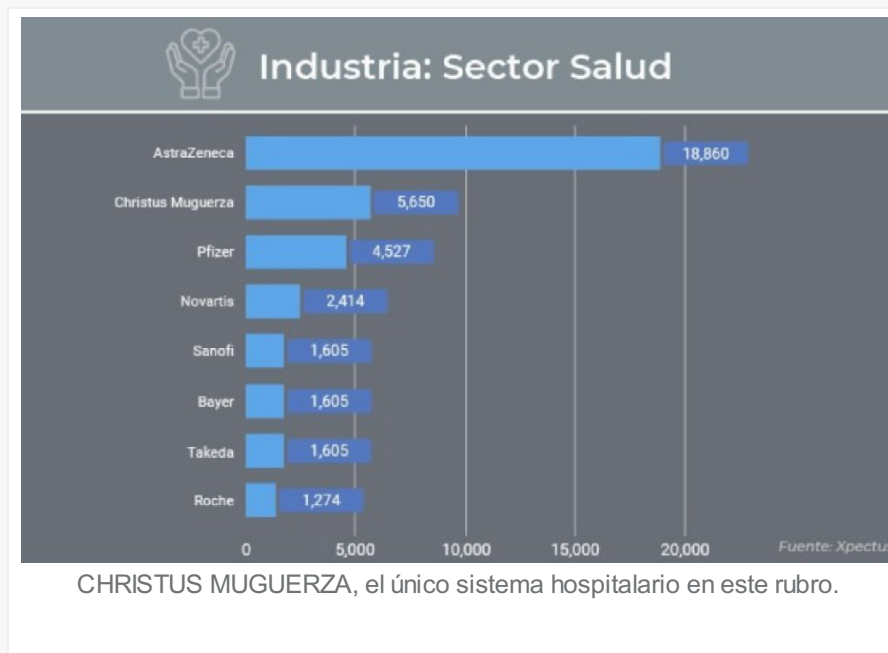
🕒 29 Oct 2020

CHRISTUS MUGUERZA ocupa el segundo lugar en el rubro del sector salud, siendo el único sistema hospitalario en aparecer en este listado.

Monterrey. — El Sistema de Salud **CHRISTUS MUGUERZA** apareció en el listado publicado por **Grupo Expansión**, líder en el periodismo de negocios en México; el cual incluye a las 31 empresas que han liderado la conversación digital durante la pandemia de COVID-19.

En este listado, **CHRISTUS MUGUERZA** ocupa el segundo lugar de las empresas del sector salud que cuentan con un mejor posicionamiento en las conversaciones digitales relacionadas a temas de la salud. Siendo el único sistema hospitalario en aparecer en este rubro.

Con esta distinción, **CHRISTUS MUGUERZA** avala el valor de su marca en el mundo digital, así como el grado de confianza que la comunidad ha depositado en este ministerio durante más de 80 años de historia.



A su vez, este resultado es la suma de los esfuerzos que CHRISTUS MUGUERZA ha realizado desde el inicio de la contingencia sanitaria por **COVID-19** en México. Entre ellos se encuentran:

- Proveer, mediante redes sociales, información en salud para prevenir la infección por el **Coronavirus SARS-CoV-02** y su oferta de servicios para la atención a esta nueva enfermedad.
- La participación con instituciones públicas de salud a través de acuerdos como el de **Todos Juntos contra el COVID-19**, para brindar atención a pacientes referidos de organismos como IMSS, ISSSTE y SEDENA.
- Alianzas con organismos privados como la aceleradora digital NEORIS para la creación de **COVIMED**, una plataforma de Orientación Médica en Línea.

Te recomendamos:

Participa CHRISTUS MUGUERZA en acuerdo nacional «Todos Juntos contra el COVID-19»

CHRISTUS MUGUERZA y NEORIS lanzan COVIMED, orientación médica en línea para la detección y seguimiento de síntomas de COVID-19

Este ranking es el resultado de un exhaustivo análisis hecho por **Metrics**, empresa de ciencia de datos aplicados a la

comunicación estratégica, en conjunto con la plataforma de ciencia de datos e inteligencia artificial, **Xpectus**, la cual permite medir “**el grado de confianza**” que tienen las audiencias digitales de una marca, en relación con su competencia.

Durante este estudio fue necesario obtener el Índice de **Valor de Marca Digital**, a través del análisis de los datos de aproximadamente 10 millones de mensajes relacionados con las marcas y los cuales fueron realizados por dos millones de usuarios en forma pública en **Twitter** y **Facebook**. El periodo de evaluación se hizo entre octubre de 2019 y septiembre de 2020.

De acuerdo a **Expansión**, en el análisis se encontró un claro dominio de las conversaciones con un enfoque en salud, lo cual concluyó en el estudio de **4.7 millones de mensajes** (47%) relacionados al sector salud.

Para el análisis de estos mensajes se consideraron tres atributos: la percepción de fortaleza económica; la percepción de su huella ambiental y la percepción del impacto en la sociedad. Siendo esta última la de mayor presencia en el análisis al tener **85%** de los mensajes, lo cual equivale a poco más de 8 millones de mensajes.

[Mostrar artículo completo](#)