

CAPÍTULO V. RESULTADOS Y COMPARACIONES DE ÍNDICES

5.1 EVALUACIÓN DEL ÍNDICE DE RELACIONES PÚBLICAS

Con el fin de analizar de manera más clara los resultados de esta investigación, separamos los índices, donde interpretamos los resultados, obteniendo lo siguiente.

En lo referente al índice de relaciones públicas que presentan los aficionados con respecto al Club Naranjeros de Hermosillo pudimos observar que existe un Nivel Medio en la utilización las relaciones públicas.

En el nivel medio se encontró un 69.2% de la totalidad de los aficionados, un 26.8% en el nivel alto y solo el 4% en el nivel bajo. Lo anterior nos indica que existe una buena percepción de los aficionados hacia las relaciones públicas del Club, aunque hay que tratar de que este porcentaje suba al nivel alto, para tratar de tener un nivel optimo.

Índice de Relaciones Públicas (IRP)

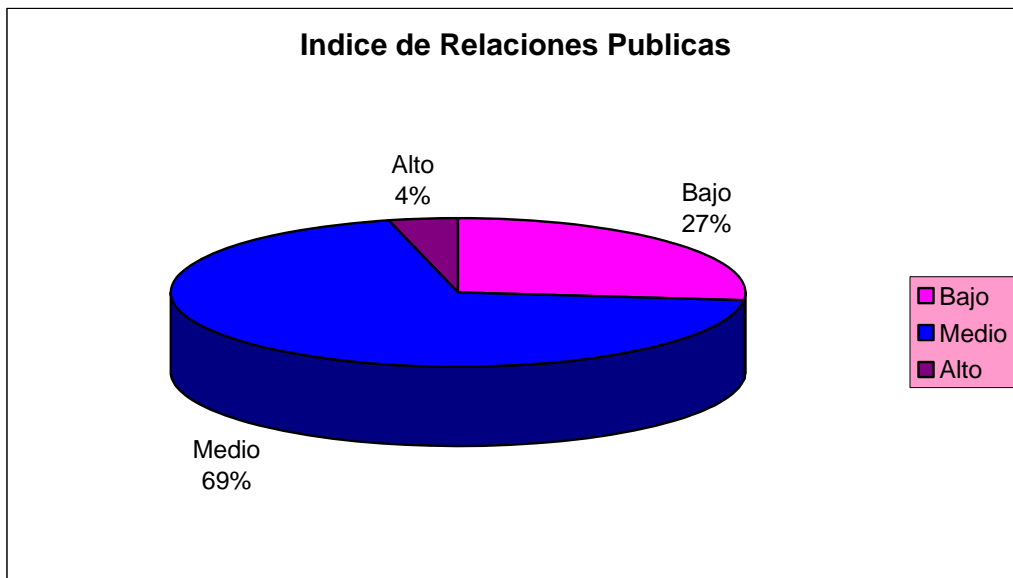
Variables (Preguntas)	
3. ¿Le gusta el béisbol?	
4. ¿Se considera aficionado al equipo de béisbol Naranjeros de Hermosillo?	Todas con escala de 1 a 4
5. ¿Considera que durante los juegos de béisbol del equipo Naranjeros de Hermosillo se vive un ambiente familiar dentro del Estadio Héctor Espino, apto para menores de edad?	

6. ¿Disfrutas del ambiente que se vive en el estadio Héctor Espino González?	
7. ¿Te gusta la ambientación (música, voz en off, pantalla gigante, etc) durante los juegos de los Naranjeros de Hermosillo?	
8. ¿Te gusta el show de Beto Coyote?	
9. ¿Te gusta el espectáculo de las chicas Tecate?	
10. ¿Te gusta como esta integrado el equipo Naranjeros de Hermosillo?	
11. ¿Consideras que los jugadores de los Naranjeros de Hermosillo son buenos?	
13.¿Considera que es fácil interactuar con los jugadores de los Naranjeros mediante autógrafos, fotografías, saludo, etc?	
14. ¿Le gustaría poder interactuar (autógrafos, fotografías, etc.) más fácilmente con los jugadores de los Naranjeros de Hermosillo?	
23. ¿Ha utilizado las rutas especiales de transporte público a la salida de los juegos de béisbol de los Naranjeros de Hermosillo?	
24.- ¿Le agrada el logotipo de los Naranjeros de Hermosillo?	
25. ¿Le gusta el uniforme de los Naranjeros de Hermosillo?	
26.¿Le agrada el aspecto del Estadio Héctor Espino tanto interior como exteriormente?	
27. ¿Le gusta la nueva imagen de	

la tienda de souvenirs, "La esquina caliente"?

Escala de evaluación al Índice de Relaciones Públicas

Bajo	Medio	Alto
16 a 32	33 a 48	49 a 64



5.2 EVALUACIÓN DEL ÍNDICE DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

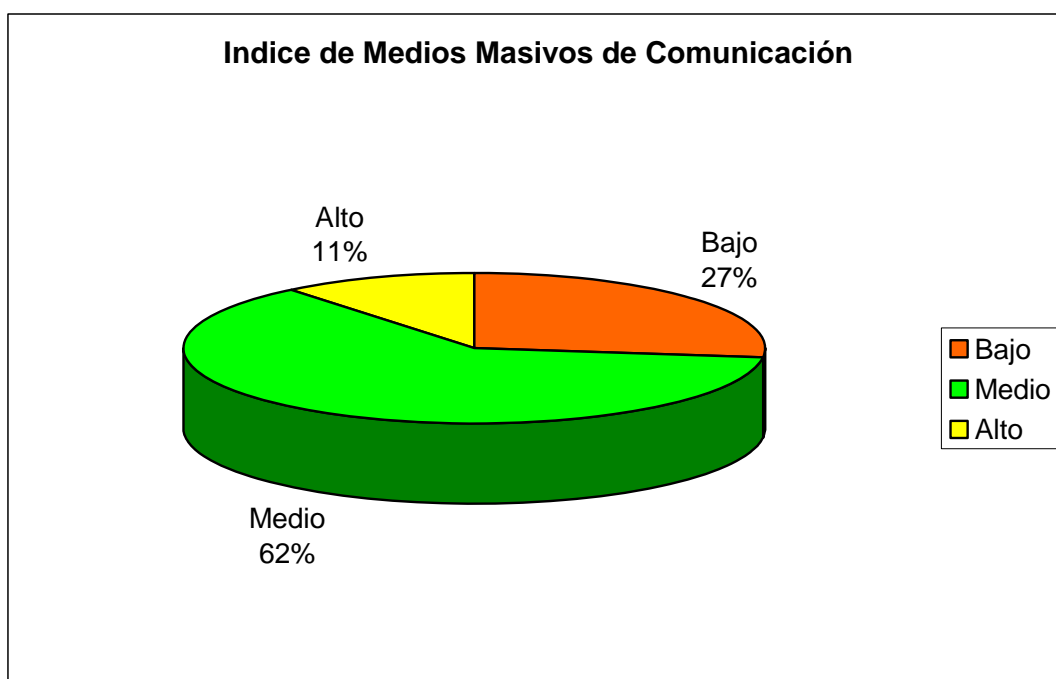
En el segundo apartado a ser analizado, encontramos que el índice de medios masivos de comunicación se encuentran en el nivel medio. Se presentó un 61.11% de la totalidad de los aficionados en un nivel medio y un 10.6% en un nivel alto, lo que representa un buen manejo de los medios de comunicación. En el nivel bajo se presentaron 26.28%. Lo anterior nos indica que hay que trabajar como en el apartado anterior en la utilización de los medios para difundir nuestras promociones e imagen del Club.

Índice de Medios Masivos de Comunicación (IMMC)

19. ¿Consideras que se les da la difusión adecuada a las promociones de los Naranjeros de Hermosillo?	
20. ¿Sigues los juegos de los Naranjeros por Televisión?	Todas con escala de 1 a 4
21. ¿Te enteras de las noticias de los Naranjeros de Hermosillo a través de los diferentes medios de comunicación?	
22. ¿Has visitado la página oficial de los Naranjeros de Hermosillo www.Naranjeros.com ?	

Escala de evaluación al Índice de Medios Masivos de Comunicación

Bajo	Medio	Alto
4 a 8	9 a 12	13 a 16



5.3 EVALUACIÓN DEL ÍNDICE DE MERCADOTECNIA

Encontramos que en este apartado los niveles de mercadotecnia detectados por los aficionados se encuentran en un nivel medio ya que la mayoría de las respuestas nos arrojan estos resultados. El 88% de los aficionados considera que la mercadotecnia esta en un nivel medio, el 11% se encuentra en un nivel bajo y solo el 2% esta en un nivel alto.

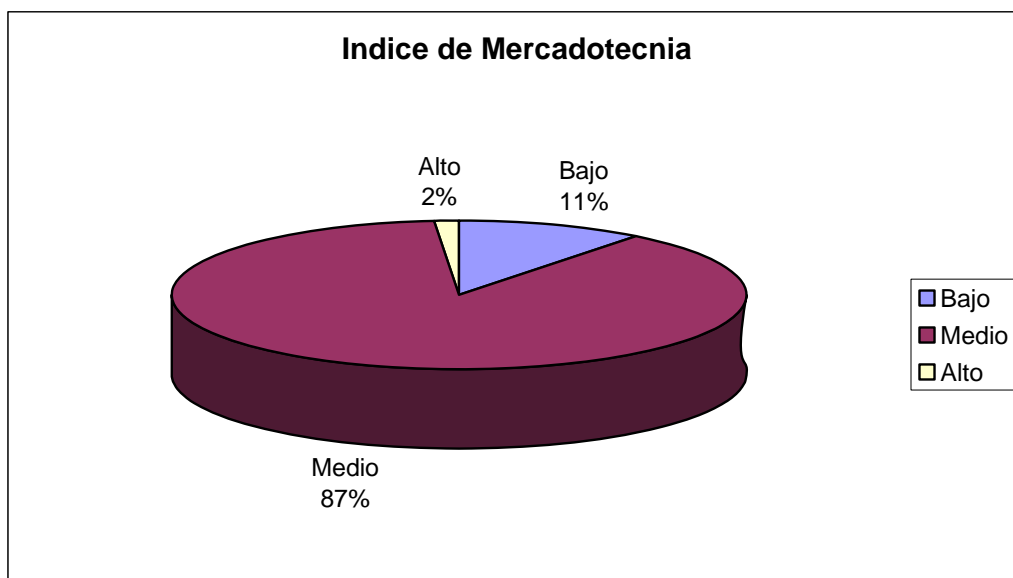
Índice de Mercadotecnia (IM)

3. Durante las últimas temporadas de la Liga Mexicana del Pacífico ¿ha asistido alguna vez a algún juego de los Naranjeros de Hermosillo al Estadio Héctor Espino?	
4. ¿Te acompaña alguien cuándo vas al juego de béisbol de los Naranjeros de Hermosillo?	Todas con escala de 1 a 4
12. ¿Influye la llegada de los jugadores ligamayoristas al equipo Naranjeros de Hermosillo para que acuda a un juego al estadio?	
15. ¿Son adecuados los precios de las entradas para un juego de béisbol de los Naranjeros de Hermosillo en el estadio Héctor Espino?	
16. ¿Conoce alguna de las promociones de admisión a los juegos de béisbol de los	

Naranjeros de Hermosillo?	
17. ¿Ha aprovechado alguna promoción de admisión a los juegos de los Naranjeros de Hermosillo?	
18. ¿Considera que éstas promociones son apropiadas?	
28. ¿Considera que los artículos que están a la venta en la tienda de souvenirs son los adecuados?	

Escala de evaluación al Índice de Mercadotecnia

Bajo	Medio	Alto
8 a 16	17 a 24	25 a 32



5.4 EVALUACIÓN DEL ÍNDICE DE LA DIRECCION DE RELACIONES PÚBLICAS EN EL CLUB NARANJEROS DE HERMOSILLO

Nos encontramos que los niveles de relaciones públicas en su dirección en el Club Naranjeros de Hermosillo se encuentran en un nivel alto, el 100% del personal respondió de tal manera.

Índice de Relaciones Públicas (IRP)

Variables (Preguntas)	Valores
1.- ¿Esta enterado (a) de que existe una Dirección de Relaciones Públicas en el Club?	
2.- ¿Sabe desde cuándo existe la Dirección de Relaciones Públicas en el Club Naranjeros de Hermosillo?	Todas con escala de 1 a 4
3.- ¿Conoce a la persona que desempeña la Dirección de Relaciones Públicas?	
4.- ¿Frecuentemente se entera de las actividades que realiza la Dirección de Relaciones Públicas en la organización?	
5.- ¿Con frecuencia considera que el haber iniciado la temporada 2006-2007 con una misa ofrecida por el Arzobispo favoreció al Club?	
6.- ¿Con frecuencia considera que es positivo para el Club la	

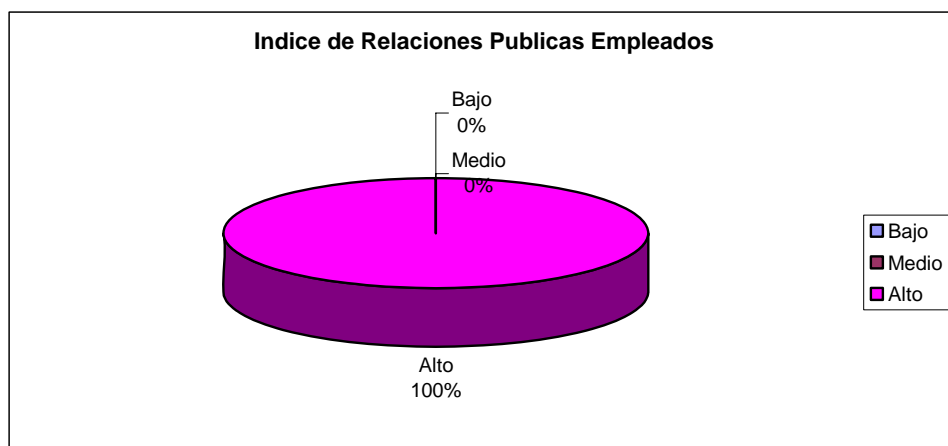
asistencia de escuelas y de niños a los entrenamientos de los Naranjeros de Hermosillo?	
7.- ¿Con frecuencia considera que es adecuada la presencia de los miembros del equipo (Manager, jugadores, directivos) ante los diferentes medios de comunicación?	
8.- ¿Esta de acuerdo con el proyecto de HR por la educación, en donde se vieron beneficiados escuelas y niños?	
9.- ¿Considera que fue bueno el manejo de información, inmediatez, gráficos en la página de internet www.naranjeros.com.mx ?	
10.- ¿Esta de acuerdo que si se creara un plan de trabajo por parte de la dirección de Relaciones Públicas se mejoraría la imagen de la organización?	
11.- ¿Esta de acuerdo que al visitar hospitales por miembros de los Naranjeros de Hermosillo se reforzaría la imagen del equipo?	
12.- ¿Con frecuencia el que algunos elementos de los Naranjeros de Hermosillo visiten un asilo de ancianos hará que el equipo tenga una mejor imagen ante la sociedad?	
13.- ¿Frecuentemente presentando promociones atractivas a la afición se	

<p>motivaría mas a asistir al Estadio?</p>	
<p>14.- ¿Estoy de acuerdo en que el equipo visite las instalaciones de la Cruz Roja convenciendo de esta manera más a nuestra comunidad?</p>	
<p>15.- ¿Con frecuencia la asistencia a escuelas de nuestra ciudad por los Naranjeros despertaría mas inquietud en los niños?</p>	
<p>16.- ¿Estoy de acuerdo que al asistir a la estación de bomberos la imagen de los Naranjeros se sensibiliza?</p>	
<p>17.- ¿Esta de acuerdo en que el apoyo de la directiva, acercamiento a la sociedad (visitas infantiles, programa HR por la educación, recinto histórico) son fortalezas para la dirección de Relaciones Públicas?</p>	
<p>18.- ¿Esta de acuerdo en que las promociones (externas en medios de comunicación e internas en el estadio) y la página oficial de internet de los Naranjeros son las áreas a fortalecer en la dirección de Relaciones Públicas?</p>	
<p>19.- ¿Esta de acuerdo que al no contar con una dirección</p>	

adecuada de Relaciones Públicas afectó la imagen del equipo?	
20.- ¿Considera que existe apoyo hacia la dirección de Relaciones Públicas?	
21.- ¿Esta de acuerdo en que la instalación de un buzón de sugerencias para nuestros aficionados representa una fortaleza efectiva para dirección de Relaciones Públicas?	

Escala de evaluación al Índice de la Dirección de las Relaciones Públicas del Club Naranjeros de Hermosillo

Bajo	Medio	Alto
21 a 42	43 a 63	64 a 84



5.5 COMPARACIÓN DE ÍNDICES

Las características propias de cada índice nos han aportado que en esta investigación existe un nivel de uniformidad en cifras en la mayoría de los apartados, siendo el nivel medio el promedio de los índices.

En el índice de relaciones públicas obtuvimos el nivel medio como mayoritario, pero a la vez se halla muy poco porcentaje en lo alto, es decir, se debe buscar la manera de aumentar ese nivel medio para tratar de lograr entre los aficionados un nivel alto con la percepción de la relaciones públicas de la empresa. De igual manera el porcentaje obtenido en el nivel bajo es relativamente alto, por lo cual hay que tratar de disminuir ese porcentaje y lograr que tenga una afirmación por lo menos en la media.

En los Medios Masivos de Comunicación encontramos un nivel medio, pero que de igual manera esta muy cercano a la media, osea de un 50%. Esto nos ayudara a buscar estar mas en contacto con la afición a través de los medios de comunicación. Haciendo hincapié en la difusión de nuestras propias promociones y de nuestro propio medio de información, el portal de internet www.naranjeros.com.mx.

En cuanto a la mercadotecnia practicada por el Club los aficionados nos determinaron en un nivel medio muy aceptable puesto que esta cercano al 100%. Pero eso no significa que no se pueda hacer algo para mejorar, preguntas clave como las

promociones de entrada al parque se obtuvieran respuestas negativas, por lo que hay que solucionar esos pequeños detalles.

Por último el índice de la dirección de relaciones públicas fue muy satisfactorio, puesto que se logró el 100%, manifestando así que los empleados están de acuerdo con las actividades desarrolladas por la dirección, de igual manera con su desempeño.

En general creemos que el Club Naranjeros de Hermosillo necesita trabajar en las áreas de los Medios Masivos de Comunicación, ir de la mano de la mercadotecnia junto con las relaciones públicas, que ya contando con un nivel de aceptación media, se tratará de ir por la excelencia, buscando conseguir niveles altos para una futura investigación.