

 	<b>DESCRIPCIÓN BIBLIOGRÁFICA DEL TRABAJO FIN DE ESTUDIOS IKASKETEN AMAIERAKO LANARI BURUZKO BIBLIOGRAFIAREN DESKTRIBAPENA</b>	PC 934 ANX1
---	---	-------------

Campos OBLIGATORIOS / NAHITAEZ bete beharreko eremuak	
<b>AÑO / URTEA (20xx):</b> 2015	<b>Trabajo Fin de Grado (TFG) / Gradu Amaierako Lana (GAL)</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>Trabajo Fin de Máster (TFM) / Master Amaierako Lana (MAL)</b> <input type="checkbox"/>
<b>Título del TFG/TFM / GAL/MALaren izenburua:</b> Plan de marketing sobre la sidrería "La Runa"	
<b>Autor (Apellidos, Nombre) / Egilea (Deiturak, izena):</b> González Jorge, Mikel	
<b>Director / Zuzendaria:</b> Cebollada Calvo, Javier	<b>UPNA / NUP</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>Otro (Indicar) / Beste bat (Jarri)</b>
<b>Codirector, si existe / Zuzendarikidea, halakorik badago</b> 	<b>UPNA / NUP</b> <input type="checkbox"/> <b>Otro (Indicar) / Beste bat (Jarri)</b>

<b>Inglés Ingelesa</b>	<b>Abstract (Resumen de 100-250 palabras) / Abstract (Laburpena 100-250 hitzetan)</b> 
<b>Materias o Palabras Clave (máximo 5) / Gaiak edo hitz gakoak (gehienez 5)</b>	

Campos OPTATIVOS / AUKERAKO eremuak	
<b>Castellano Gaztelania</b>	<b>Abstract (Resumen de 100-250 palabras) / Abstract (Laburpena 100-250 hitzetan)</b>
	<p>“¿Es posible seguir creciendo en mi negocio en los tiempos que corren?”, preguntaba Félix González, actual propietario de la sidrería La Runa el primer día que nos encontramos. En los actuales tiempos de crisis en los que nos encontramos, muchos empresarios se plantean lo peor: ¿tendré que cerrar el negocio por el que llevo luchando mucho tiempo? No obstante, mediante diversas acciones es posible seguir creciendo en estos tiempos tan difíciles. Uno no debe quedarse parado, sino que debe analizar, pensar y actuar. Esto es, ni más ni menos, lo que se considera en este trabajo. Lo primero pensar y analizar dónde se encuentra la sidrería en la actualidad para, con posterioridad, elaborar planes de acción que les ayuden a mejorar. En muchas ocasiones, los propietarios de un negocio no son conscientes de lo que tienen en su poder, ni de lo que pueden llegar a ser. En el siguiente trabajo, plantearé diferentes acciones de marketing encaminadas, principalmente, a uno de los objetivos principales de los propietarios de la Runa: aumentar su cifra de ventas en estos tiempos que corren. Antes de comenzar con el plan, me gustaría destacar que dos de los diferentes planes de acción, ya se han llevado a cabo en la sidrería. Es el caso de los menús “Anti-crisis” e “Infantil”, disponibles en el anexo (Imagen 31 y 32)</p>
	<b>Materias o Palabras Clave (máximo 5) / Gaiak edo hitz gakoak (gehienez 5)</b> Plan de Marketing, Sidrería, Segmentación, Público Objetivo, Estrategias, Planes de acción, Deporte Navarro, Empresas
<b>EU</b>	<b>Abstract (Resumen de 100-250 palabras) / / Abstract (Laburpena 100-250 hitzetan)</b>

	<b>Materias o Palabras Clave (máximo 5) / Gaiak edo hitz gakoak (gehienez 5)</b>
<b>Otro Idioma Beste hizk. bat</b>	<b>Abstract (Resumen de 100-250 palabras) / / Abstract (Laburpena 100-250 hitzetan)</b>
	<b>Materias o Palabras Clave (máximo 5) / Gaiak edo hitz gakoak (gehienez 5)</b>