

## **RESUMEN**

El sector hotelero en la ciudad de Quito muestra un alto crecimiento que indica que el deseo de emprendimiento de la población es alto y esto conlleva a que los turistas tengan más opciones a elegir al momento de hospedarse, efecto que provoca la búsqueda de alternativas que permitan a los establecimientos que prestan servicio de alojamiento a generar estrategias para captar la atención de los nuevos segmentos de mercado que se presentan. La presente investigación busca determinar el comportamiento de un nuevo segmento de mercado que ofrece grandes oportunidades en la hotelería a nivel internacional, y que se pretende adoptar en la hotelería de la ciudad de Quito especialmente en los hoteles de lujo como el Best Western C Plaza, hotel tradicional ubicado en la zona financiera del Distrito. Por lo que fue necesaria la compilación de teorías, tesis, libros, y revistas que abarquen el comportamiento del consumidor y sustenten el proyecto, además para poder recopilar los datos reales se utilizó herramientas como la entrevista dirigida a autoridades de la entidad de la cual se realiza la investigación y en el caso de la encuesta fue dirigida a los huéspedes del mismo con el fin de conocer el perfil del turista y determinar la posibilidad de adaptar al hotel a la nueva tendencia denominada millennials. Para culminar el trabajo se ha detallado las estrategias que debe adoptar el hotel con el fin de captar la atención de este mercado y aumentar la ocupación y respectivamente las ganancias del mismo.

### **PALABRAS CLAVES:**

- **MILLENNIALS**
- **COMPORTAMIENTO**
- **POTENCIALIDAD**
- **ESTRATEGIAS**
- **CONSUMIDOR**

## **ABSTRACT**

The hotel sector in the city of Quito shows a high growth that indicates that the desire for entrepreneurship of the population is high and this leads to tourists having more options to choose at the time of hosting, effect that causes the search for alternatives, that allow the establishments provide hosting service to generate strategies to capture the attention of the new market segments that are presented. This research seeks to determine the behavior of a new market segment that offers great opportunities in the international hotel industry, and which is intended to be adopted in the hotel industry of the city of Quito, especially in luxury hotels such as the Best Western C Plaza, Traditional hotel located in the financial district. So it was necessary to compile theories, theses, books, and journals that cover the behavior of the consumer and sustain the project, in addition were used to be able to collect the real data, tools such as the interview addressed to the authorities of the entity and in the case of the survey was directed to the guests of the same in order to know the profile of the tourist and determine the possibility of adapting the hotel to the new trend denominated millennials. To complete the work has detailed the strategies to be adopted by the hotel in order to capture the attention of this market and increase the occupation and respectively the profits of it.

### **KEYWORDS:**

- **MILLENNIALS**
- **BEHAVIOR**
- **POTENTIALITY**
- **STRATEGIES**
- **CONSUMER**