

Resumen

Dentro de la industria turística en los últimos años se observa el surgimiento de una nueva tipología catalogada como Turismo Naranja, el cual se centra en integrar la cultura, innovación y la posibilidad de que el turista participe como co-creador de su propia experiencia, contribuyendo a la satisfacción de sus nuevas necesidades por el autodescubrimiento personal. La presente investigación realiza una revisión de la literatura académica sobre el Turismo Naranja, en la que se aborda temas como turismo creativo, economía naranja, ventaja competitiva a través de la Teoría de los Océanos Azules y la generación de la experiencia creativa, para determinar la potencialidad de la ejecución de este nuevo tipo de turismo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito, específicamente en los Museos de la Orden Franciscana; Fray Pedro Gocial, ubicado al interior del Convento Máximo de San Francisco y el Museo del Padre Almeida localizado en el Convento de San Diego; la metodología utilizada es cualitativa y cuantitativa sobre dimensiones que aportan a la experiencia del turista durante su permanencia en el museo, los resultados se obtuvieron a través de entrevistas y encuestas a los actores principales del turismo, mediante esta información recolectada se propone la realización de actividades artísticas creativas direccionadas por artesanos conocedores de la Escuela Quiteña aplicables a la actividad turística que se desarrolla en los museos, todas estas enmarcadas en el Turismo Naranja y en la experiencia creativa, con el fin de revalorizar el patrimonio cultural y atraer nuevos segmentos de mercado.

PALABRAS CLAVE:

- **TURISMO NARANJA**
- **EXPERIENCIA CREATIVA**
- **OCÉANOS AZULES**
- **INNOVACIÓN**
- **ESCUELA QUITEÑA**

Abstract

Within the tourism industry in recent years there is the emergence of a new typology classified as Orange Tourism, which focuses on integrating culture, innovation and the possibility that tourists participate as co-creators of their own experience, contributing to the satisfaction of their new needs by personal self-discovery. This research carries out a review of the academic literature on Orange Tourism, which addresses topics such as creative tourism, orange economy, competitive advantage through the Blue Oceans Theory and the generation of creative experience, to determine the potential of the execution of this new type of tourism in the Historic Center of the City of Quito, specifically in the Museums of the Franciscan Order; Fray Pedro Gocial, located inside the Maximum Convent of San Francisco and the Museum of Father Almeida located in the Convent of San Diego; The analyzed methodology is qualitative and quantitative about dimensions that contribute to the experience of the tourist during their stay in the museum, the results were obtained through interviews and surveys to the main actors of tourism, through this collected information proposes the realization of creative artistic activities directed by knowledgeable artisans of the Escuela Quiteña applicable to the tourist activity that takes place in the museums, all these framed in the Orange Tourism and in the creative experience, in order to revalue the cultural heritage and attract new market segments

KEYWORDS:

- **ORANGE TOURISM**
- **CREATIVE EXPERIENCE**
- **BLUE OCEANS**
- **INNOVATION**
- **QUITO SCHOOL**