

INFORME DE CONCLUSIONES

Spain Talks Los Ángeles 2026

Un foro sobre liderazgo en turismo sostenible

Mark Taper Auditorium · Los Angeles Central Library

Los Ángeles, California · 23 de junio de 2026



Índice

01 Introducción

02 Apertura institucional

03 Mesa redonda I — De la estrategia a la acción: destinos sostenibles

04 Conferencia magistral — El poder del deporte: el legado de los Juegos Olímpicos

05 Mesa redonda II — Turismo con impacto: comunidades, inclusión e impacto social

06 Spain Talks Awards 2026

07 Conclusiones finales

Introducción



De izquierda a derecha: Félix Alcaraz, Consejero de Turismo de España en Los Ángeles; Manuel Parga, Director de Marketing, Sostenibilidad y RRHH del Comité Olímpico Español; Paula Llobet, Presidenta de Visit Valencia y Concejala de Turismo del Ayuntamiento de Valencia; Gerardo Fueyo, Cónsul General de España en Los Ángeles.

La Consejería de Turismo de España en Los Ángeles celebró el 23 de junio de 2026 una nueva edición de Spain Talks, el foro internacional impulsado por Turespaña para promover el intercambio de conocimiento y el diálogo en torno a los principales retos y oportunidades que afronta el sector turístico.

El encuentro tuvo lugar en el Mark Taper Auditorium de la Los Angeles Central Library y reunió a cerca de un centenar de representantes de destinos turísticos, administraciones públicas, empresas, organizaciones especializadas, medios de comunicación y profesionales del sector procedentes de España y de Estados Unidos.

Bajo el lema «A Forum on Sustainable Tourism Leadership», esta edición de Spain Talks puso el foco en la sostenibilidad social como dimensión emergente del turismo responsable. A través de dos mesas redondas, una conferencia magistral y la entrega de los Spain Talks Awards, el foro

ofreció un espacio de reflexión en el que administraciones públicas, empresas y expertos internacionales compartieron experiencias e iniciativas dirigidas a construir un modelo turístico más competitivo, responsable y preparado para afrontar los desafíos del futuro.

La edición de Los Ángeles reafirmó el compromiso de Turespaña con la promoción de un turismo sostenible entendido desde una perspectiva integral: crecimiento económico, bienestar social y preservación del patrimonio.

Apertura institucional



Gerardo Fueyo, Cónsul General de España en Los Ángeles, durante su intervención de apertura.



Félix Alcaraz, Consejero de Turismo de España en Los Ángeles, durante la presentación del foro.

La jornada fue inaugurada por Gerardo Fueyo, cónsul general de España en Los Ángeles, quien dio la bienvenida a los asistentes y destacó la importancia de impulsar espacios de encuentro que permitan fortalecer la cooperación internacional y el intercambio de experiencias entre los principales actores del sector turístico. Durante su intervención, puso de relieve el compromiso de España con un modelo turístico basado en la sostenibilidad, la innovación y la colaboración entre administraciones, empresas y sociedad civil.

A continuación tomó la palabra Félix Alcaraz, Consejero de Turismo en Los Ángeles, quien presentó el enfoque de esta edición y explicó la evolución del concepto de sostenibilidad turística. Señaló que la sostenibilidad ya no puede entenderse únicamente desde una perspectiva medioambiental, sino que debe incorporar también la accesibilidad, la inclusión, la diversidad, la calidad de vida de los residentes y la generación de oportunidades para las comunidades locales. Con esta introducción quedó establecido el hilo conductor de toda la jornada.

Mesa redonda I

De la estrategia a la acción: destinos sostenibles



Panel I. De izquierda a derecha: Lauren Salisbury, Paula Llobet, Morgan Mingle, Christine E. Marez y Patt Morrison (moderadora).

La primera mesa redonda de Spain Talks 2026 abordó cómo los destinos turísticos pueden transformar sus compromisos en materia de sostenibilidad en políticas públicas y actuaciones concretas capaces de generar resultados medibles. Moderada por la periodista Patt Morrison, colaboradora de Los Angeles Times, la sesión reunió a Paula Llobet, presidenta de Visit Valencia y concejala de Turismo, Innovación y Captación de Inversiones del Ayuntamiento de Valencia; Morgan Mingle, directora de Turismo Sostenible de Park City Chamber & Visitors Bureau; Christine E. Marez, vicepresidenta sénior de Sostenibilidad y ESG y de Aviación, Transporte e Infraestructuras de Cumming Group y presidenta de USGBC California; y Lauren Salisbury, vicepresidenta de Comunicación de Santa Monica Travel & Tourism.

La importancia de los datos

Como punto de partida, Patt Morrison planteó que la sostenibilidad solo puede gestionarse eficazmente cuando las decisiones se apoyan en datos objetivos y en una evaluación rigurosa de sus efectos sobre residentes, empresas y visitantes. Defendió la necesidad de medir tanto los beneficios como los costes asociados a la actividad turística, anticipar los conflictos antes de que se produzcan y comunicar con transparencia las decisiones más complejas, especialmente cuando afectan a la capacidad de carga de los destinos o requieren limitar determinadas actividades. Asimismo, destacó la importancia de implicar al visitante como parte de la solución, haciéndole consciente del impacto positivo que puede generar mediante comportamientos responsables.

Valencia: del ciudadano al dato

En representación de Visit Valencia, Paula Llobet presentó el modelo desarrollado por la ciudad para evolucionar desde una estrategia centrada en la promoción hacia una gestión integral del destino. Explicó que el principal objetivo consiste en situar al ciudadano en el centro de las decisiones, entendiendo que el éxito del turismo debe medirse tanto por su aportación económica como por su capacidad para mejorar la calidad de vida de quienes viven en la ciudad.

Para ello, destacó el papel del Sistema de Inteligencia Turística FOCUS y de la Plataforma Inteligente de Destino, herramientas que permiten analizar los flujos de visitantes y adoptar decisiones basadas en evidencia para redistribuir la actividad turística, reducir la presión sobre los espacios más sensibles y favorecer una convivencia equilibrada entre residentes y visitantes. Asimismo, presentó algunas de las medidas impulsadas por el Ayuntamiento para regular las viviendas de uso turístico, reforzar las inspecciones frente a la oferta ilegal y promover un comportamiento responsable por parte de los visitantes.

Paula Llobet explicó igualmente que la sostenibilidad debe traducirse en actuaciones concretas como la gestión responsable de los cruceros, el impulso de la movilidad sostenible, la creación de itinerarios climáticamente confortables y la protección activa de espacios naturales como la Albufera. Destacó además la apuesta de Valencia por fortalecer la economía local mediante la promoción de la gastronomía de proximidad y de productos vinculados al territorio, así como el compromiso permanente con la accesibilidad universal y con la incorporación de indicadores internacionales de sostenibilidad a través de la Red de Observatorios de ONU Turismo.

Park City: planificación al servicio del entorno

Morgan Mingle compartió la experiencia de Park City, donde la sostenibilidad constituye un elemento estructural de la planificación del destino. Subrayó la importancia de compatibilizar el desarrollo turístico con la conservación del entorno natural, promover una estrecha colaboración entre administraciones públicas, empresas y comunidad local, y utilizar la planificación estratégica para garantizar que el crecimiento turístico contribuya al bienestar de los residentes y preserve los recursos que constituyen la principal fortaleza del destino.

Infraestructuras con criterios ESG

Desde la perspectiva de la planificación y el desarrollo de infraestructuras, Christine E. Marez destacó que los criterios ambientales, sociales y de gobernanza deben incorporarse desde las primeras fases de cualquier proyecto turístico. Señaló que la sostenibilidad ya no puede entenderse como un elemento complementario, sino como un factor estratégico que condiciona el diseño de infraestructuras, la gestión de los recursos y la resiliencia de los destinos frente a los desafíos futuros. Asimismo, defendió la colaboración entre el sector público y privado como condición necesaria para desarrollar proyectos capaces de generar beneficios económicos, sociales y ambientales a largo plazo.

Santa Mónica: sostenibilidad como identidad

Por su parte, Lauren Salisbury explicó cómo Santa Mónica ha convertido la sostenibilidad en uno de los principales elementos de identidad del destino. Recordó que la ciudad mantiene el objetivo de alcanzar la neutralidad climática en 2050 y ha impulsado políticas orientadas a fomentar una movilidad más sostenible mediante el transporte público, la red de metro y una amplia infraestructura para vehículos eléctricos. Asimismo, destacó el compromiso del destino con la eficiencia en el uso de los recursos, la protección del entorno costero y la implantación de medidas que permitan afrontar con garantías grandes acontecimientos internacionales como la Copa Mundial de la FIFA, la Super Bowl o los Juegos Olímpicos de Los Ángeles 2028.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

La mesa puso de manifiesto que la sostenibilidad exige una nueva forma de gestionar los destinos turísticos, basada en la planificación estratégica, la toma de decisiones apoyada en datos, la colaboración entre administraciones públicas y sector privado y la implicación activa de residentes y visitantes. Los participantes coincidieron en señalar que la sostenibilidad no constituye un objetivo aislado, sino un proceso continuo de mejora que debe integrar la dimensión económica, ambiental y, especialmente, social del desarrollo turístico para garantizar la competitividad y la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras.

Conferencia magistral

El poder del deporte: el legado de los Juegos Olímpicos



Manuel Parga, Director de Marketing, Sostenibilidad y RRHH del Comité Olímpico Español, durante su conferencia magistral en el Mark Taper Auditorium.

Manuel Parga, Director de Marketing, Sostenibilidad y Recursos Humanos del Comité Olímpico Español, ofreció una de las intervenciones más destacadas de la jornada con una reflexión profunda sobre el papel de los grandes eventos deportivos como motores de transformación de los destinos turísticos.

Su tesis de partida fue clara: el legado de un gran evento deportivo no comienza con la ceremonia de inauguración ni concluye con la de clausura. Debe planificarse desde el momento en que una ciudad presenta su candidatura y proyectarse mucho más allá de la celebración del evento. Sin esa visión a largo plazo, los beneficios se diluyen y el esfuerzo organizativo no se traduce en valor duradero para el territorio.

Barcelona 1992: un modelo de transformación urbana

Barcelona 1992 se ha convertido en el referente internacional por excelencia en materia de legado olímpico. Los Juegos permitieron acometer una transformación urbana sin precedentes: recuperar el frente marítimo, modernizar las infraestructuras de la ciudad y proyectarla internacionalmente de una forma que no habría sido posible sin el catalizador olímpico. Más de tres décadas después, Barcelona sigue aprovechando ese legado como uno de los principales destinos turísticos y de congresos de Europa.

Londres 2012: regeneración y cohesión social

El modelo de Londres 2012 tuvo una orientación diferente: utilizar los Juegos como instrumento de regeneración urbana del este de la ciudad, una de las áreas con mayores índices de desempleo y exclusión social. La transformación del Olympic Park y del área de Stratford, junto con las inversiones en vivienda asequible, transporte y espacios públicos, dejó un impacto duradero en una comunidad que históricamente había quedado al margen del desarrollo económico de la capital británica.

Los Ángeles 2028: sostenibilidad como modelo

Los Ángeles 2028 representa un cambio de paradigma en la organización de grandes eventos deportivos. A diferencia de ediciones anteriores, Los Ángeles no necesita construir nuevas infraestructuras: dispone ya de los estadios, pabellones y equipamientos necesarios. Su apuesta es la reutilización, la optimización de recursos y la reducción del impacto ambiental, configurando un modelo que el Comité Olímpico Internacional quiere promover como referencia para futuras sedes.

El deporte como herramienta para un turismo sostenible

Uno de los mensajes centrales de la conferencia fue la estrecha relación entre deporte, turismo y sostenibilidad. Parga defendió que los grandes eventos deportivos pueden convertirse en auténticos motores de desarrollo cuando forman parte de una estrategia a largo plazo: crean empleo, atraen inversión, mejoran infraestructuras, proyectan internacionalmente al destino y refuerzan el sentimiento de pertenencia entre la ciudadanía. Pero para que eso ocurra, el legado debe diseñarse antes del evento, no después.

ENSEÑANZAS APLICABLES A CUALQUIER DESTINO

Como conclusión, Manuel Parga subrayó que las enseñanzas derivadas del movimiento olímpico son aplicables a cualquier destino turístico, organice o no un gran evento deportivo. La planificación estratégica, la definición de objetivos claros, la medición del impacto, la implicación de la ciudadanía y la creación de un legado duradero son principios que pueden incorporarse a la gestión turística de cualquier territorio. El verdadero éxito no reside en la celebración del evento, sino en su capacidad para generar un impacto positivo y sostenible que beneficie a las generaciones futuras.

Mesa redonda II

Turismo con impacto: comunidades, inclusión e impacto social



Panel II. De izquierda a derecha: Pablo Scarpellini (moderador), Jessica Blotter, Miguel Carrasco, J. G. Díaz Montañés y Aicard Guinovart.

La segunda mesa redonda de Spain Talks 2026 estuvo dedicada a la dimensión social de la sostenibilidad, analizando cómo el turismo puede convertirse en una herramienta para generar bienestar, fortalecer las comunidades locales y crear un impacto positivo duradero en los destinos. Moderada por el periodista Pablo Scarpellini, corresponsal de El Mundo en Los Ángeles, la sesión reunió a J. G. Díaz Montañés, CEO de ARTIEM Hotels; Miguel Carrasco, director de Turismo de Impulsa Igualdad – TUR4all y COO de TUR4all Travel; Jessica Blotter, fundadora y CEO de Kind Traveler; y Aicard Guinovart, director para Norteamérica de la Agencia Catalana de Turismo.

La conversación partió de una idea compartida por todos los participantes: el éxito del turismo ya no puede medirse únicamente por el número de visitantes o por su impacto económico, sino también por el valor que genera para las personas, las comunidades y los territorios que reciben

esa actividad. En este contexto, la accesibilidad, la inclusión, la responsabilidad empresarial y la creación de beneficios compartidos fueron identificados como elementos esenciales para avanzar hacia un modelo turístico más equilibrado y resiliente.

La accesibilidad como estándar de calidad

Miguel Carrasco destacó que la accesibilidad constituye uno de los pilares fundamentales del turismo sostenible y debe entenderse como un estándar de calidad aplicable a toda la industria, y no como un producto destinado exclusivamente a determinados colectivos. Señaló que muchas de las barreras que encuentran las personas con discapacidad no son físicas, sino consecuencia de la falta de información accesible y fiable durante el proceso de planificación del viaje. Asimismo, puso en valor el modelo desarrollado en España gracias a la colaboración entre administraciones públicas, empresas y entidades especializadas, subrayando que la accesibilidad no solo representa un derecho, sino también una oportunidad para ampliar mercados, mejorar la competitividad de los destinos y ofrecer una mejor experiencia a todos los viajeros.

Del turismo sostenible al turismo regenerativo

Jessica Blotter presentó la experiencia de Kind Traveler como ejemplo de cómo el turismo puede generar un impacto positivo directo sobre las comunidades locales. Defendió la evolución desde el concepto tradicional de turismo sostenible hacia un modelo de turismo regenerativo, en el que el objetivo no consiste únicamente en minimizar los impactos negativos de la actividad turística, sino en dejar los destinos en mejores condiciones que antes de la visita. En este sentido, destacó la importancia de conectar a los viajeros con organizaciones locales y proyectos sociales y medioambientales que permitan canalizar parte de los beneficios del turismo hacia iniciativas con un impacto tangible sobre el territorio y sus habitantes.

Sostenibilidad como cultura empresarial

Desde la perspectiva empresarial, J. G. Díaz Montañés explicó que la sostenibilidad debe integrarse plenamente en la cultura y en el modelo de gestión de las organizaciones, dejando de considerarse un elemento accesorio o una mera obligación normativa. Señaló que gestionar con criterios de sostenibilidad significa crear más valor del que se consume, mejorar el entorno donde se desarrolla la actividad y pensar siempre en el legado que se deja a las generaciones futuras.

Asimismo, defendió que la sostenibilidad no constituye un lujo reservado a las grandes empresas, sino una forma más inteligente y eficiente de gestionar cualquier organización, basada en la innovación, la mejora continua, la optimización de recursos y el compromiso con

las personas. En este sentido, destacó que el verdadero riesgo no reside en invertir en sostenibilidad, sino en quedarse al margen de una sociedad y de unos mercados que cada vez la consideran un requisito imprescindible.

J. G. Díaz Montañés reflexionó también sobre la creciente presión turística que experimentan algunos destinos y señaló que estas tensiones no deben interpretarse como un rechazo al turismo, sino como una llamada de atención para evolucionar hacia modelos de gestión más inteligentes y participativos. En su opinión, los destinos solo mantendrán su legitimidad social si los beneficios derivados del turismo se traducen en mejoras visibles para la ciudadanía, reforzando servicios públicos, espacios urbanos, cultura local y calidad de vida de los residentes.

«El turismo que realmente importa no es el que atrae a más visitantes, sino el que deja mejores lugares para vivir, mejores empresas para trabajar y mejores experiencias para compartir».

J. G. Díaz Montañés, CEO de ARTIEM Hotels

Cataluña: distribuir el beneficio por el territorio

Por su parte, Aicard Guinovart presentó la estrategia desarrollada por la Agencia Catalana de Turismo para distribuir de forma más equilibrada los beneficios de la actividad turística por todo el territorio. Explicó que Cataluña trabaja desde una perspectiva de gestión integral del destino mediante planes específicos de sostenibilidad, movilidad de bajas emisiones, eficiencia energética y gestión de la capacidad de carga, al tiempo que impulsa el turismo rural, la valorización de los productos locales y el fortalecimiento del tejido empresarial.

Como ejemplo de esta estrategia, destacó el Grand Tour de Cataluña, una ruta circular diseñada para diversificar los flujos turísticos más allá de Barcelona y favorecer el descubrimiento de otros territorios de la comunidad autónoma mediante itinerarios personalizados y una mayor conexión con empresas y proveedores locales. Asimismo, presentó el trabajo desarrollado por el Catalunya Convention Bureau, que promueve el concepto de legado en el turismo de reuniones, impulsando iniciativas para que congresos y eventos dejen beneficios permanentes sobre las comunidades anfitrionas mediante proyectos sociales, medioambientales, educativos o de transferencia de conocimiento.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

La mesa puso de manifiesto que la sostenibilidad social constituye uno de los principales ámbitos de evolución del turismo contemporáneo. La accesibilidad, la inclusión, la responsabilidad empresarial, la implicación de las comunidades locales y la creación de valor compartido fueron identificadas como condiciones indispensables para construir destinos más competitivos, resilientes y preparados para afrontar los desafíos del futuro. Los participantes coincidieron en que el turismo solo podrá mantener su legitimidad social si es capaz de generar beneficios tangibles tanto para quienes visitan los destinos como para quienes viven y trabajan en ellos.

Spain Talks Awards 2026

La edición de 2026 incluyó la entrega de los Spain Talks Awards, reconocimientos creados para distinguir a personas y organizaciones que contribuyen a impulsar un modelo turístico más sostenible, responsable e inclusivo.



MEDIA AWARD

Michel Schoenberger, Destinations by JAXFAX

Concedido a Michel Schoenberger, West Coast Editor de Destinations by JAXFAX, en reconocimiento a su contribución a la difusión de España como destino turístico entre el mercado estadounidense. Ha acercado al público profesional la evolución del turismo español con especial atención a la sostenibilidad y la innovación.



AMBASSADOR AWARD

Rose Montoya

Otorgado a Rose Montoya, creadora de contenido y activista por los derechos LGBTQ+, por su compromiso con la promoción de la diversidad y la inclusión. El jurado reconoció su contribución a la proyección de España como destino abierto e inclusivo, con especial mención a los Gay Games celebrados en Valencia.



EXPERIENCE AWARD

Lisa Boyadjian, Trafalgar

Concedido a Trafalgar, representada por Lisa Boyadjian, en reconocimiento al programa Make Travel Matter Experiences, que integra en sus itinerarios iniciativas con beneficios tangibles para personas, patrimonio y entorno, favoreciendo una distribución más equilibrada de los beneficios del turismo.



BUSINESS AWARD

Dave Hoshin, Exoticca

Otorgado a Exoticca, representada por Dave Hoshin, por la integración de criterios ESG en su estrategia empresarial: políticas de sostenibilidad, certificación de proveedores, diversidad e inclusión y reducción de huella ambiental.

Conclusiones finales



Patt Morrison, periodista de Los Angeles Times, durante las conclusiones finales del foro.

La edición de 2026 de Spain Talks puso de manifiesto el amplio consenso existente en torno a la necesidad de avanzar hacia un modelo turístico más sostenible, entendido desde una perspectiva integral que combine competitividad económica, protección del entorno y generación de valor para las personas y las comunidades.

A lo largo de la jornada, los distintos participantes coincidieron en señalar que la sostenibilidad ha dejado de ser un concepto exclusivamente vinculado a la dimensión medioambiental para incorporar de forma creciente aspectos relacionados con la gobernanza, la accesibilidad, la inclusión, la calidad de vida de los residentes, la responsabilidad empresarial y el impacto social del turismo.

Las intervenciones desarrolladas durante las dos mesas redondas evidenciaron la importancia de adoptar decisiones basadas en datos, planificar el desarrollo turístico con una visión a largo plazo y reforzar la colaboración entre administraciones públicas, empresas, organizaciones sociales y ciudadanía. Asimismo, se puso de relieve la necesidad de evolucionar hacia modelos de gestión capaces de distribuir de forma más equilibrada los beneficios del turismo y garantizar que las comunidades locales participen activamente de ese desarrollo.

Otro de los mensajes compartidos durante la jornada fue la creciente relevancia de la sostenibilidad social como elemento estratégico para el futuro del sector. La accesibilidad universal, la inclusión, el turismo regenerativo, el fortalecimiento del tejido económico local y la creación de valor compartido fueron identificados como factores esenciales para construir destinos más resilientes y preparados para afrontar los desafíos de las próximas décadas.

La conferencia magistral de Manuel Parga reforzó esta idea al poner de manifiesto que los grandes acontecimientos internacionales solo generan un verdadero legado cuando forman parte de una estrategia de desarrollo concebida para producir beneficios permanentes sobre el territorio y la ciudadanía. Del mismo modo, las experiencias presentadas por los distintos ponentes demostraron que la sostenibilidad requiere liderazgo, planificación, capacidad de innovación y una estrecha colaboración entre el sector público y el privado.

Palabras de cierre de Patt Morrison

En las conclusiones de la jornada, Patt Morrison destacó la importancia de mantener abiertos espacios de diálogo como Spain Talks, que permiten compartir experiencias entre destinos con realidades diferentes pero desafíos comunes. Asimismo, subrayó que el futuro del turismo dependerá de la capacidad de los destinos para escuchar a sus comunidades, anticipar los cambios y construir modelos más equilibrados, inclusivos y preparados para responder a las expectativas de residentes y visitantes.

Con esta nueva edición de Spain Talks, la Consejería de Turismo de España en Los Ángeles reafirma el compromiso de Turespaña con la promoción de espacios de encuentro que favorezcan el intercambio internacional de conocimiento y contribuyan a impulsar un modelo turístico más sostenible, inclusivo y responsable.

La celebración de Spain Talks Los Ángeles 2026 permitió fortalecer la colaboración entre instituciones, empresas y organizaciones de España y Estados Unidos, consolidando este foro como una plataforma de referencia para el análisis de los principales retos del turismo y para la difusión de iniciativas que contribuyen a generar un impacto positivo sobre los destinos y las comunidades que los conforman.



Foto de familia con ponentes, premiados y organización de Spain Talks in Los Angeles 2026.