



**Abstract ampliado**

## RESUMEN AMPLIADO

**Título:** Iniciativas innovadoras de los emprendedores extranjeros en Valencia.  
**Claves para entender la ciudad creativa**

**Autores y e-mail de todos ellos:**

Ana Sales Ten [ana.sales@uv.es](mailto:ana.sales@uv.es) y María-Dolores Pitarch-Garrido [maria.pitarch@uv.es](mailto:maria.pitarch@uv.es)

**Departamento:** Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local. Grupo INNODES

**Universidad:** Universitat de València

**Área Temática:** *ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO, CREATIVIDAD Y GEOGRAFÍA DE LA INNOVACIÓN*

**Resumen:** *(mínimo 1500 palabras)*

### 1.- Introducción

La historia reciente de las ciudades europeas, sobre todo tras la crisis económica de 2008, ha evidenciado que es preciso apostar por proyectos sostenibles en el tiempo. En estos proyectos el talento y el emprendimiento son los elementos clave no sólo para sobrevivir en tiempos convulsos, sino también para crecer y crear sinergias capaces de afrontar con solvencia el futuro.

En el caso de la ciudad de València, la capacidad de atracción y retención de capital humano resulta clave por cuanto, en las últimas décadas, la política local y regional ha estado más interesada en la promoción internacional a través de la organización de grandes eventos, vinculados a proyectos de mega-arquitectura (urbanismo neoliberal), que a la promoción del talento y las capacidades de sus habitantes.

En los últimos años, distintos organismos como la UNCTAD, la OCDE o la UE se han interesado por la llamada “economía del conocimiento” (OCDE, 2011, Comisión Europea, 2013). La existencia de clusters innovadores o estratégicos de este tipo de empresas, especialmente importantes en las grandes ciudades, parece encontrarse en la base de la explicación de su mayor resiliencia frente a la crisis, al mismo tiempo que contribuyen a mejorar la competitividad de estos territorios en cualquier circunstancia. El conocimiento (saber-hacer) y la innovación mejoran el desempeño de cualquier



actividad, lo que favorece, finalmente, el desarrollo local o urbano (Méndez, 2013, Sánchez-Moral et al., 2019). Está demostrado que la existencia de una serie de ventajas competitivas en la ciudad atrae recursos específicos de calidad, en gran parte vinculados a procesos innovadores, tanto tecnológicos como en gestión o sociales, que se apoyan en una elevada cualificación y profesionalidad de los trabajadores y emprendedores. Estas ventajas son producto de redes de colaboración y refuerzan la competitividad urbana, aumentando la resiliencia frente a épocas de recesión, por lo que adquieren un carácter estratégico que justifica su análisis con el fin de otorgarles un mayor protagonismo en las políticas y estrategias de desarrollo a nivel local (Scott, 2009, Foray et al., 2011).

Una de estas ventajas locacionales, capaces de generar sinergias positivas y atracción tanto económica como social y cultural, se vincula a la llamada innovación social. Esta es entendida como una serie de iniciativas capaces de ir modificando las rígidas estructuras económicas y sociales preexistentes para conseguir un cambio en las relaciones entre agentes, instituciones y personas. Todo ello fortalece el sentimiento de ciudadanía - empoderamiento y compromiso del ciudadano-, y es capaz de crear nuevos vínculos, nuevas relaciones sociales y de colaboración con fuerte impacto –y de manera positiva en cuanto a los objetivos del desarrollo sostenible- a nivel local (Salom et al. 2017). Los conceptos de iniciativas creativas y de innovación social se solapan para explicar desde distintas perspectivas la existencia de un ecosistema territorial adecuado para la atracción y retención de talento vinculado a todo tipo de creatividad, no sólo tecnológica, sino también cultural y social. Este entorno con características intangibles, difíciles de aprehender y aún más de medir, es el que explica que algunas ciudades sean particularmente dinámicas en cuanto a crecimiento y desarrollo, y hayan pasado a liderar los rankings de calidad de vida y de empleo, incluso en época de crisis económica.

El objetivo de esta comunicación es aproximarnos a la identificación de estos elementos estratégicos que están conformando la reestructuración urbana en la Valencia post-crisis y mejorando su competitividad en un contexto global, a partir de las iniciativas emprendedoras innovadoras llevadas a cabo por personas inmigrantes. Se trata de introducir un marco de reflexión para la atención a estas iniciativas, a veces consideradas marginales, que están teniendo un impacto positivo tanto en la creación de



empleo, o autoempleo, como en la consolidación de un ecosistema favorable a la atracción de talento internacional.

## 2.- Objetivos y metodología

La presente comunicación forma parte de un estudio realizado con el objetivo de conocer los aspectos sociales relacionados con la capacidad de atraer y retener talento y creatividad (capital humano) en València y su área metropolitana, lo que nos permitía estar en disposición de analizar los elementos que hacen de València una ciudad atractiva para el emprendimiento extranjero. A partir del análisis de las experiencias descubrimos el surgimiento de iniciativas empresariales llevadas a cabo por emprendedores extranjeros, que podemos considerar innovadoras dentro de su área profesional.

El estudio plantea una perspectiva metodológica basada en el paradigma cualitativo, centrando el interés por comprender el escenario social concreto en el que se está desarrollando el emprendimiento de personas extranjeras, no necesariamente para hacer predicciones ni evaluar las medidas establecidas, sino con la intención de informar con precisión sobre las iniciativas puestas en marcha, lo que nos permite estar en disposición de establecer algunas implicaciones y conclusiones sobre el tema en cuestión.

Las técnicas aplicadas han sido: (1) la investigación documental en la que cabe resaltar la revisión de documentos oficiales y de la literatura existente sobre la materia tratada, y, (2) la entrevista semiestructurada, que se realizó con el propósito de conocer la trayectoria profesional de personas emprendedoras extranjeras, conocer sus iniciativas, y las causas por las que decidieron establecerse en la ciudad de València o en su área metropolitana.

Las preguntas generales de análisis para la indagación sobre los aspectos que se refieren a su estrategia innovadora fueron: ¿Cuál es la idea de negocio?, ¿Qué parte tienen de innovación?, ¿A qué clientes va dirigido?, ¿Con qué recursos cuenta?, ¿cómo se ha financiado el negocio? ¿Cuál es su localización?

El análisis se ha realizado sobre la base de 16 iniciativas empresariales, impulsadas por 15 emprendedores de los cuales son 9 hombres procedentes de los siguientes países de origen: Senegal, Haití, Cuba, Argentina (2), México, Uruguay, Colombia, Líbano y



Bélgica, y 6 mujeres de: Argentina (3) Venezuela, Suecia y Guinea. Todos ellos actualmente residentes en la ciudad de Valencia y su área metropolitana.

### **3.- Análisis de las iniciativas innovadoras por emprendedores extranjeros**

#### **3.1.- La idea de negocio y su elemento innovador**

La innovación aparece como un pilar estratégico de las iniciativas analizadas, ya sea por la forma en que han sido desarrolladas, por el objeto que persiguen, o en el método que utilizan. Con el fin de organizar la presentación, se han clasificado las empresas en cuatro categorías: gestión cultural, gastronomía, servicios a las empresas y servicios de comunicación y deporte.

En el primer grupo, encontramos iniciativas empresariales cuyo objeto de desarrollo es la promoción cultural desde diferentes vertientes, las empresas son:

*Ker Casa África*, es un proyecto y espacio intercultural, de formación e interacción multidisciplinar relacionadas con África y su diversidad cultural (música, danza, arte, literatura y gastronomía). Impulsado por un artista Senegalés, su misión es dar a conocer la cultura africana a través del contenido y la metodología de los talleres, revalorizando de este modo la construcción de sociedades interculturales, tolerantes y con capacidad de convivir desde el respeto a la diferencia. Un proyecto que se ha conseguido traspasar la escala local, y convertirse en un referente a nivel nacional e internacional.

Siguiendo con la cultura africana surgía en 2013 *United Minds*, o lo que se ha catalogado como el primer centro de investigación y difusión de la cultura africana, de España. El proyecto, está liderado por dos jóvenes universitarios afrodescendientes nacidos en València, y se ha configurado en torno a dos servicios: una librería especializada en la historia, estilo de vida, filosofía y arte africano, y un centro de investigación sobre la diáspora africana. La base documental de su biblioteca se ha convertido en un referente nacional para estudiosos de la cultura y la historia africana.

*La Visible*, es un proyecto de gestión cultural que nace y se escribe en femenino, entendiendo que la cultura en movimiento es aquella que cambia y conecta con la sociedad. Es un proyecto de investigación, difusión, comunicación y gestión cultural que ofrecer apoyo y visibilidad a proyectos que permanecen ocultos por realizarse fuera



de los circuitos convencionales y a los que, aun estando bien integrados, buscan conectar mejor con su entorno.

*Galería Imprevisual*, es una sala de exposiciones y gestión cultural que nació en 2004 como la primera galería café de la ciudad de València. Puesta en marcha por un artista cubano que ha reconfigurado la manera de hacer exposiciones de arte, combinando las exposiciones de pintura y escultura con la integración de música, poesía trovadores, bibliógrafos e historiadores, permitiendo así que los visitantes se trasladen al contexto histórico y cultural sobre el que él artista expone. La galería no solo ha destacado por su estilo y forma de trasladar el arte a la sociedad, sino porque se ha consolidado como un espacio de integración de multiplicidad de expresiones culturales, un punto de encuentro de artistas internacionales que descubren en el barrio de Russafa un espacio para la expresión cultural y artística.

La segunda categoría la conforman empresas cuyo objeto de creación se basa en la configuración de lo que se conoce como innovación gastronómica en las que destacan las siguientes iniciativas innovadoras desarrolladas por emprendedores extranjeros:

*Origen Clandestino*, es una apuesta gastronómica promovida por un cocinero colombiano que apostó por la ciudad de València para impulsar su cocina de fusión basada en la integración de sabores sudamericanos con sabores valencianos, una propuesta que combina técnicas y productos de ambas culturas y que cuenta con excelentes críticas de expertos gastronómicos lo que le ha hecho ganar el certificado de excelencia gastronómica en 2016 y 2018.

*Fierro* y la empresa *Tandem Gastronómico* son puestos en marcha por un matrimonio de argentinos que se formaron de la mano de Kike Dacosta. El *Fierro* es un espacio gastronómico que nace con el objetivo de potenciar el conocimiento acerca de la gastronomía, en él se desarrollan trabajos de I+D, catas, cursos, talleres y demás eventos relacionados con la gastronomía; ocasionalmente ofrece su propuesta gastronómica exclusiva para los doce comensales que caben en la única mesa que dispone. *Tandem Gastronómico* es un proyecto innovador que se crea como una empresa de asesoramiento y gestión de restaurantes.

*Hinojo*, es un proyecto gastronómico puesto en marcha por dos hermanas blogueras argentinas, que en pocos años ha pasado de ser un sencillo blog de cocina a un referente en la cocina moderna vegana, y que tiene 20,3 mil seguidores, especialmente entre la



población joven que busca una alimentación sana y equilibrada. En sus propuestas culinarias combinan la tradición argentina y valenciana, junto a algunos platos de la cocina internacional que, transforman en una oferta fácil de elaborar, muy saludable y con una cuidadosa presentación.

La tercera categoría la integran aquellas empresas que se prestando un servicio común, han diseñado un proyecto empresarial innovador por la forma en la que están desarrollando su negocio.

*Laurinlab* y *Roquet space*, son dos iniciativas empresariales innovadoras puestas en marcha por una ingeniera industrial sueca. *Laurinlab* es una empresa de estrategias de diseño e innovación industrial, así como diseño gráfico que ofrece ayuda a las empresas con el objetivo de garantizar el éxito futuro a través de estrategias de mercado y de innovación. Integrada por un equipo multidisciplinar, tiene por objetivo ender puentes entre el mundo digital y físico utilizando el conocimiento en nuevas tecnologías, materiales y procesos de fabricación con la capacidad de transformar una idea en un producto final. *Rocket Space* ofrece un espacio único, dinámico y multidisciplinar para celebrar eventos especiales, conectando con las raíces históricas de la ciudad; un lugar de características extraordinarias en el que tradición, modernidad y confort conviven en perfecta armonía, y en el caben toda clase de eventos: showrooms, pop-up, stores, charlas, talleres, presentaciones, sesiones fotográficas, eventos sociales.

*Globexs (Global expatriate servicies)* es una empresa de servicios puesta en marcha por un empresario belga, que está dirigida a expatriados, erasmus, viajeros profesionales y empresas que trasladan temporalmente a sus empleados a València. Presta servicios de alojamiento a través de viviendas de alquiler por periodos cortos, servicio de traducción e interpretación, y asesoramiento legal para trámites burocráticos de extranjería o soluciones para expatriados.

*Empresas positivas*, es un proyecto empresarial puesto en marcha por un mexicano formado en Alemania, que opta por emprender su trayectoria profesional en València. La iniciativa surge tras un estudio de mercado en el que se detecta la necesidad de fomentar en los equipos de trabajo la mejora de las relaciones y el sentido de pertenencia al grupo, con el objeto de mejorar la autoestima de las personas, romper con la monotonía y, en consecuencia, incrementar el rendimiento laboral.



*Lakkis*, es una empresa liderada por un libanés, centrada en el asesoramiento en comercio internacional, con el propósito de poner en valor productos valencianos (principalmente la cerámica) en el continente africano y asiático. Esta empresa que se abre a principios del siglo XXI, ha sido un apoyo para la supervivencia de pequeñas y medianas empresas valencianas durante el periodo de recesión económica. Su modelo de gestión empresarial se basa en el conocimiento mutuo entre ambas sociedades a través de una gestión comercial justa.

*Centro Psicoterapéutico Gradiva*, es un proyecto impulsado por un psicoterapeuta europeo de origen Uruguayo. Se trata de un centro pionero en la recuperación emocional de las personas y su interacción en comunidad. Su estilo basado en la integración de diversos métodos adecuados a cada caso y su empeño por difundir los resultados de su trabajo en el campo del psicoanálisis le ha permitido obtener un significativo reconocimiento en psicología social.

*OSB Arquitectos*, es un estudio de arquitectura impulsado por un arquitecto belga afincado en el barrio del Cabanyal, barrio por el que muestra un extraordinario respeto. El elemento innovador de este proyecto es su especialización en la realización de reformas en las que se promueve la recuperación del patrimonio del barrio a la vez que prioriza la utilización de biomateriales que permiten crear hogares más ecológicos, sanos y con menor impacto el entorno. Otro aspecto innovador que ha desarrollado esta empresa es la posibilidad de que los clientes se elaboren un primer presupuesto a través de su web en la que se muestran las diferentes opciones de productos y calidades de los mismos.

La última categoría se sitúa en el ámbito de la comunicación deportiva en el que se encuentra *TuriaLife*, una página web promovida por un periodista Argentino afincado en la ciudad de València, y que se dedica a la organización de eventos deportivos y culturales en el antiguo cauce del río Turia, promoviendo la realización de ejercicio saludable y poniendo en valor el uso de un espacio público. La web edita también una revista online de deportes que se practican en las instalaciones del antiguo cauce, en ella también se incorporan artículos y entrevistas de información general y reportajes sobre los eventos más relevantes de cada mes. Se trata de una plataforma online que nace para informar de todas las actividades que tienen lugar en el antiguo cauce del río Turia.



### 3.2.- Los clientes a los que va dirigido

La diversidad de las iniciativas analizadas, permiten abrir a un amplio campo de actores sociales beneficiarios y/o consumidores de sus servicios. En primer lugar, hay que referir a la población valenciana a quienes se dirigen o pueden beneficiarse de gran parte de las actividades desarrolladas por los proyectos presentados; pero también cabe referir otros grupos como son:

- Artistas alternativos de ámbito nacional e internacional que pueden realizar sus exposiciones en la *Galeria Imprevisual* o colaborar en el festival internacional que promueve *Ker Casa África*.
- Empresas valencianas y/o extranjeras que pueden hacer uso de las instalaciones que ofrecen de *La Visible* y *Roquet Space*, para sus actividades en la ciudad.
- Empresas valencianas que hacen uso de los servicios que ofrecen *Lakkis* y *Empresas positivas*.
- Empresas del sector de la gastronomía que hacen uso de los servicios de *Tanden Gastronómico* o de *Hinojo*.
- Empresas extranjeras, expatriados, estudiantes erasmus que hacen uso de los servicios de *Globexs*.
- Estudiosos e investigadores sobre África y que acceden al repositorio bibliográfico que han creado en *United Minds*.

### 3.3.- Recursos y apoyos económicos para la implementación de la empresa

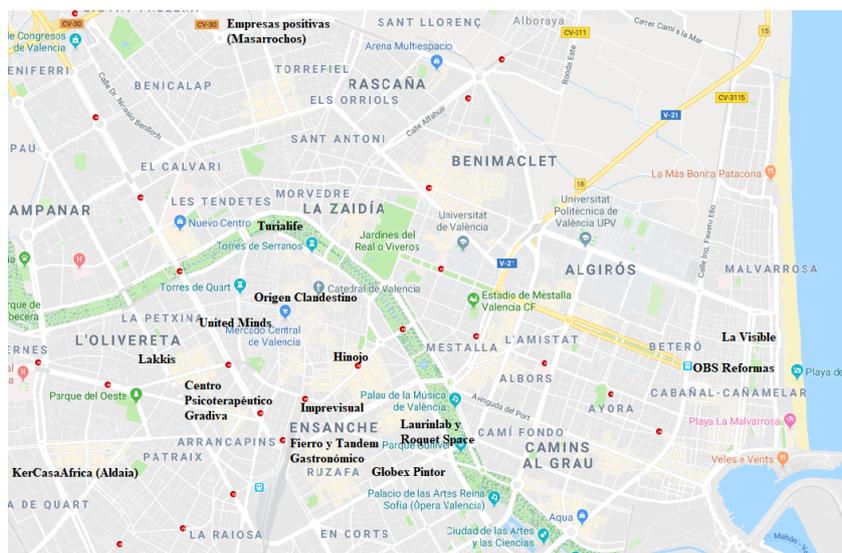
Si hay un aspecto en el que concurren todas las iniciativas analizadas, es que ninguna de ellas ha contado con apoyos o ayudas públicas para su puesta en marcha. Existe una coincidencia en valorar como un aspecto negativo la ausencia en la ciudad no solo de ayudas para el emprendimiento, sino también de algún recurso que ofrezca la información y el asesoramiento necesario para facilitar los trámites burocráticos, los cuales son valorados como excesivos, lentos, y algunos de ellos reiterativos y con tasas muy elevadas. Así pues, conforme refieren en las entrevistas son los recursos propios y el apoyo de las familias las principales vías de financiación para la puesta en marcha de los proyectos.



### 3.4.- Localización

En cuanto a la localización de las iniciativas, cabe destacar que, aunque las hay en toda la ciudad, destaca cierta aglomeración alrededor del barrio de Russafa, en el que se concentran un elevado porcentaje de los inmigrantes que residen en la ciudad. La vinculación de estos emprendedores con su entorno más próximo, tanto social como territorial (a veces ambos coinciden), explica esta cierta concentración de las iniciativas. Lo que sí parece común a todas ellas es una localización muy accesible, tanto en transporte privado como público. La conexión exterior de la ciudad, es decir, las buenas comunicaciones son elementos muy valorados por los entrevistados. Sólo dos iniciativas se encuentran fuera de la ciudad central: una en Massarrojos (Poblats del Nord) y otra en Aldaia.

Mapa 1. Localización de las iniciativas analizadas en la ciudad de Valencia



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de Google Maps.

### 3.5. Valoración de la ciudad

La ciudad de Valencia es percibida como un territorio amable y tolerante. Aunque existe una mayoría cultural clara, la mezcla se ha producido a través del ejercicio pacífico de la convivencia, lo que le permite ser percibida como una sociedad integradora. Ello es posible cuando se da en un ambiente seguro, aspecto que se evidencia en la ciudad de Valencia.

Los entrevistados nos indican que la ciudad integra muchos de los elementos que la configuran como un centro cosmopolita. En ella viven personas de diversas partes del



mundo que comparten sus experiencias con una ciudadanía respetuosa con las diferencias y las libertades individuales, una ciudad que trata de aflorar en un contexto global desde la base de la identidad propia. El tamaño de la ciudad es otra característica bien valorada: una ciudad media a nivel internacional, con un área metropolitana importante y un entorno natural destacable (huerta, montaña, etc.), cercana a los grandes núcleos urbanos españoles y mediterráneos. Esta es una circunstancia de la que no gozan otras ciudades reconocidas como más atractivas y competitivas a nivel internacional.

La población residente es vista con afecto por su humanidad y apertura. De ella destacan la capacidad de absorción, de integración, de diferentes pautas culturales que han sido incorporadas con total normalidad.

Los valores ligados a la convivencia intercultural en Valencia son los más apreciados y los que explican, en gran parte, la localización de estos emprendedores. Se aplauden las iniciativas que promueven este tipo de entorno social-cultural, conocer y convivir con la diferencia es visto como una oportunidad de enriquecimiento.

Las empresas o iniciativas analizadas se han integrado adecuadamente en la sociedad autóctona. Por ejemplo, las iniciativas de promoción cultural reciben demandas de ayuntamientos y centros educativos para participar en diversas actividades, también para participar en jornadas gastronómicas, o empresas con las que se cuenta para organizar grandes eventos en la ciudad de los que espera tengan una buena repercusión en el exterior.

Además de lo señalado, son los tópicos que caracterizan a la ciudad de Valencia, es decir su clima, el ambiente saludable de una ciudad abierta o el buen gusto por una gastronomía mediterránea, los que explican también, según los entrevistados, la fuerte atracción de la ciudad.

## **5.- Conclusiones**

El análisis cualitativo nos ofrece la posibilidad de adentrarnos en algunos aspectos de la economía del conocimiento y de la innovación social difíciles de valorar, como es el caso de las motivaciones de los emprendedores, tanto para desarrollar una iniciativa como para decidir su localización, la percepción sobre el entorno, el grado de involucración en la sociedad de acogida, etc.



De las entrevistas realizadas, parece clara la necesidad de desarrollar una política pública de apoyo al emprendedor extranjero en la ciudad de Valencia, que suavice las trabas administrativas, sobre todo cuando existen diferencias culturales. Este tipo de políticas existen en otras ciudades europeas (Munich, Viena, Amberes, Aquisgrán, etc.) que tratan de retener el talento extranjero, nada despreciable, que llega por varios motivos hasta ellas, facilitando su integración en los sistemas nacionales y locales de apoyo a emprendedores.

Según el estudio realizado, Valencia podría ser un exponente de la atracción de talento e inversión extranjera, dado que cuenta con las condiciones adecuadas, aunque el punto débil es, precisamente, la inexistencia de esa política clara de acompañamiento.

Otro aspecto a destacar es que es de especial relevancia relacionar la marcha de la economía del conocimiento o de la innovación social con la propia dinámica y especificidad de la ciudad, en nuestro caso de Valencia. Es decir, no sólo la atracción sino también la promoción del talento local es dependiente de los recursos materiales y humanos, la calidad de los servicios, la gobernanza, el apoyo institucional, etc. (Méndez et al., 2016). En ese sentido, la consolidación y florecimiento de un ecosistema favorable, que según los entrevistados, ya existe, es uno de los elementos clave para retener –y atraer– a trabajadores y emprendedores creativos. Es importante que la política pública contribuya en esta tarea y sepa ver y valorar las consecuencias positivas para la ciudad de Valencia, tratando de mantener el equilibrio entre desarrollo económico, urbanización, calidad y talento.

## 6.- Bibliografía

Comisión Europea (2013): Octavo informe de situación sobre la cohesión económica, social y territorial. La dimensión regional y urbana de la crisis. Bruselas: Comisión Europea. En <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2013:0463:FIN:ES:PDF>. (Consulta realizada: 1 de junio de 2019).

ESPON- Politécnico de Milano (2013). *KIT ESPON: Knowledge, Innovation and Territory*. En [https://www.espon.eu/sites/default/files/attachments/KIT\\_Interim-Report.pdf](https://www.espon.eu/sites/default/files/attachments/KIT_Interim-Report.pdf) (Consulta realizada: 26 de junio de 2019).



Foray, D.; David, P.A. & Hall, B.H. (2011). *Smart specialization. From academic idea to political instrument, the surprising career of a concept and the difficulties involved in its implementation*, MTEI-Working Paper, Lausanne: Management of Technology & Entrepreneurship Institute.

Méndez, R. (2013). Economía del conocimiento y nuevos contrastes territoriales en España: una perspectiva multiescalar. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 63, 7-32.

Méndez, R., Sánchez-Moral, S., y Malfeito, J. (2016). Employment changes in knowledge-based industries in large urban areas of Spain: Impact of the economic crisis and austerity policies. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 34 (5), 963-980.

OCDE (2011). *Regions and Innovation Policy, OECD Reviews of Regional Innovation*. París: OCDE.

Salom Carrasco, J., Pitarch-Garrido, M.D. y Sales Ten, A. (2017). Innovación social: estrategias urbanas en un contexto de cambio. El caso de la ciudad de Valencia. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº91, pp.31-58.

Sánchez-Moral, S. (2015). Transformación productiva, equidad y redes. *Revista de Estudios Andaluces* 32, 49-75.

Scott, A.J. (2009). Human capital resources and requirements across the metropolitan hierarchy of the USA. *Journal of Economic Geography*, 9, 207–226.

## **Agradecimientos**

Esta comunicación se ha elaborado en el marco del proyecto “Sostenibilidad social, conectividad global y economía creativa como estrategias de desarrollo en el Área metropolitana de Valencia” (CSO2016-74888-C4-1-R), financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) dentro del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016, convocatoria de 2016



**Palabras Clave:** *(máximo 6 palabras) València, emprendimiento, atracción de talento, personas extranjeras, creatividad.*

**Clasificación JEL:** R11 Actividad económica regional: crecimiento, desarrollo y cambios