

# OPORTUNIDADES PARA UN NUEVO COMPONENTE DE LA DIPLOMACIA: DIPLOMACIA BASADA EN EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

*OPPORTUNITIES FOR A NEW  
COMPONENT OF DIPLOMACY:  
ENTREPRENEURSHIP-BASED  
DIPLOMACY*

---

autora  
**Raluca Georgiana Săftescu (Coșcodaru)\***

---

Artículo recibido el 26 de febrero  
y aceptado el 3 de mayo de 2019.

## RESUMEN

El siguiente trabajo tiene por objetivo presentar el impacto de la disrupción tecnológica en la diplomacia moderna, prestando especial atención al tema de agenda de habilidades para diplomáticos en la economía del conocimiento, el entorno empresarial y de negocios. Aprovechando la experiencia de Chile como centro de innovación en América Latina tras la apertura del programa Start-Up Chile, así como otros estudios de casos presentados en la literatura, el artículo propone algunas dimensiones que impulsan el surgimiento de un nuevo componente de la diplomacia, que llamo *diplomacia basada en el emprendimiento empresarial*. Se presenta un caso de estudio del programa Start-Up Chile y, a partir de esta información, se concluyen los beneficios de la integración del emprendimiento empresarial como instrumento de diplomacia.

**PALABRAS CLAVE:** diplomacia, emprendimiento empresarial, Start-Up Chile, innovación, economía del conocimiento.

## ABSTRACT

The following work aims to present the impact of technological disruption on modern diplomacy, paying special attention to the topic of agenda skills for diplomats in the knowledge economy. Drawing from the experience of Chile of becoming a hub of innovation in Latin America after the opening of the Start-Up Chile programme, as well as from other case studies presented in the literature, the article proposes some dimensions which drive the emergence of a new component of diplomacy that I call entrepreneurship-based diplomacy. A case study of the Start-Up Chile programme is presented, and based on this information, the benefits of integrating entrepreneurship as a diplomatic instrument are concluded.

**KEY WORDS:** diplomacy, entrepreneurship, Start-Up Chile, innovation, knowledge economy.

---

\* Candidata PhD, National University of Political Studies and Public Administration (SNSPA), Bucarest, Rumania. Correo electrónico: raluca.saftescu@gmail.com. ORCID: 0000-0002-9628-5332. Traducción al español con la ayuda de Irene Cătălina Horumba (h92\_irene@yahoo.com) y Andreea Spiru (andreea.spiru@gmail.com).

## INTRODUCCIÓN

La revolución tecnológica ha intentado definir la disrupción en la forma en que se lleva a cabo la diplomacia, tanto en términos de estructuras como de procesos. Una dimensión del cambio actual es que la “globalización, regionalización o localización” (Schmidt, 2014) orientan las interacciones entre los actores a nivel internacional y apoyan el cambio hacia acciones diplomáticas más complejas, al tiempo que descentralizadas, agregando tanto nuevos actores como nuevas actividades en el campo diplomático. A esto es importante agregar que el desarrollo de nuevas tecnologías se convierte en un tema de gran interés no solo para los actores activos en los campos de STEM<sup>1</sup> (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas), sino también para los científicos sociales y, me atrevo a decir también, para los diplomáticos debido a las capacidades que estas nuevas tecnologías promueven en pos de contribuir a resolver los desafíos globales y fomentar el desarrollo socioeconómico (Hilpert, 2016). Por lo tanto, hay una necesidad de ir más allá de la práctica diplomática tradicional e ingresar en nuevas áreas para cumplir los objetivos de la política exterior. En este contexto, un factor clave para permanecer efectivamente en la nueva era es la adaptación de los enfoques diplomáticos a los nuevos cambios y evoluciones.

Debido a la evolución tecnológica, la conectividad entre las personas, las instituciones y las comunidades se ha disparado y el proceso de toma de decisiones se ha acelerado. Los gobiernos están presionados a convertirse en jugadores activos a nivel internacional (Potter, 2002).

En este trabajo, tomo en consideración el hecho de que actualmente la innovación es un aspecto central,

responsable del progreso económico y social. Me concentro en un pilar específico del mismo: el emprendimiento empresarial temprano como narración de la innovación, que resalta la importancia de los Start-Ups que se consideran “modelo de innovación” (De León y Donoso, 2017).

Así, presento el impacto de la disrupción tecnológica en la diplomacia moderna, prestando especial atención al tema de agenda de habilidades para diplomáticos en la economía del conocimiento y, aprovechando la experiencia de Chile como centro de innovación en América Latina tras la apertura del programa Start-Up Chile, así como otros estudios de casos presentados en la literatura, propongo algunas dimensiones que impulsan el surgimiento de un nuevo componente de la diplomacia que llamo diplomacia basada en el emprendimiento empresarial.

## 1. DIRIGIR LA DIPLOMACIA EN LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO

### 1.1 Dinamismo y respuesta a la revolución tecnológica

El desarrollo tecnológico deja su huella en el presente y el futuro de la diplomacia. Aunque las formas, canales y herramientas tradicionales de la diplomacia son tan válidos hoy como lo eran hace un siglo, la novedad surge de la “democratización” de la diplomacia (Grant, 2004 en Westcott, 2008). La tecnología permite que un gran número de actores participen en el proceso de gobernanza en todo el mundo e influyan en la naturaleza de sus actividades mientras que la agenda internacional va más allá de cuestiones diplomáticas tradicionales como la cooperación o el comercio y la seguridad. En este

1. STEM es acrónimo en inglés.

contexto, la opinión pública se ha convertido en una de las metas principales para alcanzar objetivos y ganar poder blando (Nye, 2004).

Las nuevas tecnologías otorgan a las partes interesadas una nueva función, transformándolas en fuentes de información y estándares para medir el apoyo de las políticas gubernamentales. Esto ofrece una nueva perspectiva para los enfoques diplomáticos, ya que la colaboración y comunicación con personas extranjeras se convirtió en una parte importante del trabajo diplomático (Potter, 2002). Todo esto marca un nuevo dinamismo en las relaciones internacionales y la diplomacia también está cubierta por esta nueva tendencia. Los efectos de la tecnología se centran principalmente en el tiempo y el espacio, las ideas, los datos, las redes, los cambios institucionales y la prestación de servicios.

Varios analistas de la diplomacia moderna (Westcott, 2008; Potter, 2002; Cooper, Heine y Thakur, 2013; Barston, 2013) señalan que la evolución de Internet y la tecnología dieron forma a una nueva estructura en el proceso de persuasión e influencia de las opiniones tanto de líderes extranjeros como de la opinión pública, a través de la presencia en línea, participación y conexión. Por ejemplo, los ciudadanos se informan rápidamente y conocen las acciones, decisiones y declaraciones de su gobierno en el extranjero, mientras que las evoluciones internas de un país se reflejan inmediatamente en los debates internacionales, difundiendo ideas que son parte central de la obtención del poder blando fomentado por plataformas online o redes. Barston (2013) afirma que en la diplomacia moderna estas ideas pueden tomar tres formas principales: indicaciones generales de resultados preferidos (por ejemplo, soluciones a una crisis financiera internacional); definición de la agenda (por ejemplo, si el foco de una conversación debe

ser económico en lugar de ambiental); estructural/legal (por ejemplo, reforma institucional).

Además, el autor mencionado anteriormente subraya que las redes y el mantenimiento de la conexión con las personas, incluido el uso de herramientas en línea, es esencial una vez que los gobiernos tienen clara la necesidad de dirigirse también a la opinión pública internacional, no solo a los funcionarios extranjeros. Además, el efecto transfronterizo de las tecnologías cambió la relación entre la distancia y el tiempo. Debido a la rapidez de comunicación, la geopolítica de los medios de comunicación, las preferencias comerciales y los imperativos culturales, acontecimientos concretos que suceden a distancia captan la atención internacional. Incluso si todo esto subraya tanto la continuidad como el cambio en las estructuras y los procesos diplomáticos, las transformaciones son las que tienen un impacto en la efectividad de la diplomacia hoy en día.

Hay autores (Hocking et al., 2012; Martin y Jagla, 2013; Hocking y Melissen, 2015) que distinguen dos tipos principales de cambios en la diplomacia motivados por la evolución digital: procesos y estructuras. En términos de efectos en los procesos diplomáticos, los cambios se refieren al entorno de la política exterior, la gestión de los conocimientos y los recursos, la política cibernética y el gobierno y participación electrónica.

Desde la perspectiva de un entorno global complejo, afectado por los imperiosos desafíos socioeconómicos internacionales, Cooper, Heine y Thakur (2013) presentan un conjunto de cinco transformaciones para la diplomacia en el siglo XXI, argumentando que hay un cambio hacia la diplomacia *red*: i) expansión del número de actores, ii) extensión del dominio y alcance, iii) niveles múltiples de práctica, iv) actualización de la estructura diplomática (es

decir, *aparatos y maquinaria*) y v) surgimiento de nuevos estilos, tipos y métodos.

Considero que la complejidad del entorno global actual podría comprenderse mejor desde la perspectiva de su intersección e incluso de su solapamiento con la economía del conocimiento en la que vivimos, impulsada por la innovación (Hilpert, 2016). Existe un punto en que la revolución tecnológica parece afectar no solo el desarrollo económico, sino también la diplomacia, ya que tiene la capacidad de responder a los desafíos socioeconómicos que afectan al mundo entero y contribuye a la aparición de nuevos estilos, tipos y métodos diplomáticos que constituyen la quinta transformación de la diplomacia identificada por Cooper, Heine y Thakur (2013).

Según la literatura que investiga el enfoque y el contenido de la diplomacia en el siglo XXI (Cooper, Heine y Thakur, 2013; Constantinou, Kerr y Sharp, 2016), hay áreas más amplias en las que la agenda diplomática está interesada y que constituyen estilos de diplomacia, como por ejemplo: deporte, salud, ciudad, medio ambiente, ciencia, alimentos, refugiados, etc. Esto indica que la agenda, modos, tipos y técnicas de diplomacia están sujetos a ser adaptables a los desafíos y a la evolución del entorno internacional en el que opera la diplomacia. Siguiendo este razonamiento, las diplomacias temáticas (por ejemplo, diplomacia deportiva o diplomacia alimentaria) son clave en la diplomacia moderna y la gestión de la diplomacia se ve facilitada hoy en día por la detección de aquellas áreas con potencial para aumentar el poder blando.

## 1.2. Agenda de cualificaciones para diplomáticos en la economía del conocimiento

La forma en que las estructuras y procesos diplomáticos se redefinen en la actualidad depende en gran medida de qué conocimientos, habilidades y actitudes identifiquen los sistemas diplomáticos como relevantes para llevar a cabo el proceso diplomático en la actualidad y de cómo desarrollan estas habilidades.

Como se mostró en el capítulo anterior, los cambios en los entornos internacionales en los que opera la diplomacia fomentada por el desarrollo tecnológico, es decir la “personalización y popularización” (Adler-Nissen, 2016), desencadenaron la necesidad de que el personal diplomático actualice sus pautas de trabajo tradicionales. Las tecnologías de noticias generan un conjunto de desafíos para los diplomáticos, como por ejemplo la solicitud de mayor transparencia en la política mundial, mientras que las características confidenciales también deben ser cultivadas por un público transnacional más amplio que exige una interacción más proactiva e informal y evidencia la necesidad de ambos diplomáticos (representación, negociación y comunicación) y conocimientos especializados temáticos sobre el campo con el que trabajan y para las habilidades más conectadas con la comunidad (Hocking y Melissen, 2015; Cooper, Heine y Thakur, 2013; Adler-Nissen, 2016).

Sin embargo, como explica Heine (2013), la diplomacia del siglo XXI se encuentra en una paradoja, ya que varios diplomáticos están atrapados en el modo tradicional de *puertas cerradas* y aún se resisten al cambio de acuerdo con las nuevas dinámicas. Para evitar esto, es importante equipar a los diplomáticos actuales y especialmente a los futuros, con habilidades que les permitan actuar

en entornos desconocidos y cambiantes. En ese enfoque, junto con el conocimiento disciplinario (es decir, la diplomacia) y el conocimiento temático, adhiero a la idea de que las tres categorías de habilidades promovidas por la OCDE para el futuro de la educación (OCDE, 2018) contribuyen a completar la amplia gama de habilidades necesarias para los diplomáticos que operan en la era del conocimiento: i) habilidades cognitivas y metacognitivas (por ejemplo, pensamiento crítico y creativo), ii) habilidades sociales y emocionales (por ejemplo, empatía, colaboración), iii) habilidades prácticas y físicas (por ejemplo, usando nueva tecnología). En un sentido más amplio, una cultura de habilidades interdisciplinarias evolucionará, a medida que la trayectoria profesional de los diplomáticos actuales y futuros incluirá formaciones, para aprender a tener éxito en el cambiante entorno internacional.

Siguiendo la opinión de los representantes diplomáticos consultados durante el período 2015-2018<sup>2</sup>, tanto de la U. E. como de América Latina, hoy en día existen dos perspectivas principales para desarrollar el conjunto de habilidades para las generaciones actuales y futuras de diplomáticos: aprendizaje informal y capacitaciones dedicadas. El primer planteamiento apuesta por el aprendizaje informal de habilidades cognitivas y metacognitivas, sociales, emocionales, prácticas y físicas que se consideran desarrolladas como hábitos naturales y un reflejo para integrarlos en la práctica diaria que surgirá. La segunda perspectiva se centra en los programas de formación y currículos dedicados dentro de las academias o mediante talleres específicos y sesiones de capacitación. También hay un enfoque doble según la categoría de diplomáticos o el objetivo de la capacitación: preparar a todos

los diplomáticos o únicamente a los que van a ir al extranjero.

Al correlacionar la literatura especializada (Hocking y Melissen, 2015; Cooper, Heine y Thakur, 2013; Adler-Nissen, 2016) con los hallazgos de las entrevistas y el marco del aprendizaje de la OCED para 2030 (OCDE, 2018), propongo las siguientes dimensiones centrales en la agenda de cualificaciones para diplomáticos modernos:

#### I. Conocimiento y cualificaciones:

a. Conocimiento temático y disciplinario: los diplomáticos modernos deberían estar equipados tanto con conocimientos disciplinarios específicos sobre diplomacia como temáticos sobre las áreas que cruzan la diplomacia en el entorno internacional, es decir los ámbitos cuya evolución tienen impacto en la diplomacia (por ejemplo, tecnología, innovación, temas medioambientales, etc.).

b. Habilidades cognitivas y metacognitivas, sociales y emocionales, prácticas y físicas: como los diplomáticos modernos operan en un mundo que cambia continuamente, es necesario que estén equipados con una gama de habilidades básicas para la era de la economía del conocimiento, lo que les permite adaptarse rápidamente para mantenerse competitivos y lograr con éxito objetivos.

#### II. Caminos hacia el desarrollo de cualificaciones

a. La identificación de conocimientos temáticos para aprender: a nivel internacional hay varias áreas que tienen un impacto en la diplomacia y cada sistema diplomático debe identificar los temas que afectan a la mayoría y profundizar el conocimiento acerca de ellos (por ejemplo, el desarrollo de medios sociales desencadena la necesidad de abrir el proceso de comunicación

2. Durante el periodo de investigación para mi doctorado.

hacia grandes audiencias que incluían tanto habilidades técnicas como cambiar la forma de comunicarse en comparación con el enfoque de puertas cerradas).

b. Identificar y ser parte o incluso formar redes: a medida que aumenta el número de actores con poder de influencia a nivel internacional, los diplomáticos deben seguir la tendencia y estar conectados con los movimientos y las redes que pueden ayudarlos a generar atracción positiva para sus países y a contribuir a aumentar el desarrollo regional y nacional mediante “una creciente interpenetración de las diferentes sociedades” (Heine, 2013).

c. Métodos de desarrollo de cualificaciones: aunque en este momento, a nivel de los servicios diplomáticos, existe un enfoque que apuesta por el desarrollo moderno de habilidades como un hábito natural, considero que es necesario un proceso sistemático e integral de capacitación de diplomáticos para asegurar el desarrollo adecuado de las habilidades necesarias en la economía del conocimiento. No solo los planes de estudio de las academias deberían actualizarse en esta dirección, sino que también se necesitan programas de capacitación a corto plazo, como talleres y/o seminarios o incluso eventos dedicados a redes de aprendizaje, tanto presenciales como en línea, ya que la tendencia hacia los continuos cambios internacionales es irreversible y cualquier diplomático debería poder enfrentarlos.

## **2. FUERZAS MOTRICES PARA EL SURGIMIENTO DE UN NUEVO COMPONENTE DE LA DIPLOMACIA: LA DIPLOMACIA BASADA EN EL EMPREDIMIENTO EMPRESARIAL**

En el capítulo anterior vimos que la diplomacia moderna orienta su trabajo hacia campos temáticos con impacto a nivel global, y todas estas áreas se convierten en componentes de la misma. Los dominios mencionados con mayor frecuencia en la literatura son: digital, economía, religión, militar, medio ambiente, deporte, ciencia, alimentos, refugiados, salud (Cooper, Heine y Thakur, 2013; Constantinou, Kerr y Sharp, 2016). Aquí la brecha que identifiqué está relacionada con la ausencia de estudios sobre el potencial de la iniciativa empresarial como recurso y herramienta para la diplomacia. Los análisis existentes (Pigman, 2013; Ruel y Wolters, 2016) se centran en las empresas multinacionales y las grandes empresas, mientras que mi esfuerzo está orientado hacia el emprendimiento empresarial temprano, observando el potencial de integrar los movimientos empresariales en la diplomacia. Al respecto, solo hay algunos artículos en la prensa especializada acerca de la diplomacia inicial centrada en los EE. UU. (Killion, 2013; Harris y Ortman, 2014) y un artículo que se refiere al tema del “emprendimiento empresarial como herramienta diplomática” (Slaughter y Bayrasli, 2016), analizando la interacción entre equipos turcos y armenios durante un evento Start-Up Weekend en 2014. Por lo tanto, se debe realizar una investigación más profunda.

## 2.1. Una nueva faceta de apoyo empresarial - beneficios para la diplomacia: el caso del programa Start-Up Chile

El programa Start-Up Chile representa un acelerador de negocios que respalda a empresas en etapa temprana y de rápido crecimiento tanto en Chile como en el exterior, siendo esta última esencial para el crecimiento de negocios innovadores, ofreciendo apoyo a través de subvenciones, capacitación, visa de trabajo y acceso a espacios para oficinas y redes profesionales. Comenzó en marzo de 2010 con el objetivo de estimular el crecimiento económico de Chile y poner el país en el mapa, fomentando los ecosistemas empresariales y de innovación. En los primeros seis años de funcionamiento el número de nuevas empresas respaldadas superó los 1300 (Start-Up Chile, 2018).

A primera vista, la conexión entre este programa y la diplomacia no es obvia, pero un análisis más profundo a partir del impacto del programa refleja que se derivan beneficios colaterales para la diplomacia. En primer lugar, los objetivos de Start-Up Chile se cruzan con el objetivo de Chile de política exterior (Ministerio de Asuntos Exteriores de Chile, 2017), ambos enfocados en cómo consolidar la posición de Chile en el ámbito global y ganar apreciación internacional: atraer y seducir en términos de Nye (2004).

Desde el principio, Start-Up Chile tuvo el propocito de transformar a Chile en un centro de innovación en América Latina. El nuevo objetivo establecido en 2016 fue mantener a Chile como un centro de innovación tecnológica mundial y ser conocido como uno de los motores de las empresas tecnológicas que impactan positivamente en la economía doméstica (de Start-Up Chile, 2018). En otras palabras, el proceso de formación de la

identidad de Chile que comenzó con la emergencia de Start-Up Chile, se encuentra ahora en la fase de consolidación. El surgimiento aún está en curso, entrando en la fase de consolidación.

Lo anterior representa una forma de aumentar el poder blando, ya que la buena percepción del programa Start-Up Chile se extiende a todo el país, siendo una fortaleza que podría ser utilizada por los diplomáticos, ya que la cultura empresarial es uno de los productos vendidos por Chile, en términos de marca (Van Ham, 2008, Anholt, 2010), a nivel internacional. De los empresarios extranjeros que se graduaron del programa, el 76% (sitio web de StartUp Chile) asegura el éxito de atraer a personas extranjeras. A esto debe agregarse la buena percepción de los líderes extranjeros, por ejemplo el presidente eslovaco, quien declaró que Start-Up Chile alcanzó la reputación de “el proyecto de puesta en marcha más exitoso de Latam” (Start-Up Chile, 2018).

En breve, Start-Up Chile refleja el potencial de los movimientos empresariales para apoyar la práctica diplomática desde dos perspectivas principales: i) el apoyo al emprendimiento empresarial tiene el gran potencial de atraer audiencias extranjeras, incluyendo no solo personas talentosas con el objetivo de desarrollar un negocio, sino también representantes oficiales extranjeros con intereses comunes o preocupados por los mismos problemas: desafíos globales, por ejemplo; (ii) la experiencia de Chile refleja que el apoyo al emprendimiento empresarial podría ser un activo importante para construir una reputación positiva para un país y su credibilidad.

En mi opinión, el caso de Start-Up Chile revela que el emprendimiento empresarial podría ser un recurso para la diplomacia y uno de sus contenidos, debido a su potencial para ganar el corazón y la mente de

públicos extranjeros. De alguna manera, afirmar que la práctica de Start-Up Chile fue una de las principales direcciones que le permitieron a Chile convertirse en una marca de cultura empresarial resulta natural.

## **2.2. ¿Qué forma puede tener la diplomacia basada en el emprendimiento empresarial? Explorando pilares e impulsores**

La literatura identifica falta de capacidad para generar poder blando entre los gobiernos del mundo y explica que esto se debe principalmente a “su incapacidad para comprender y explicar los recursos que determinan el alcance del poder blando a su disposición” (McClory, 2016). Partiendo de estos y añadiendo los hallazgos presentados en las partes anteriores de este documento, dedico este capítulo al proceso de integración de los movimientos empresariales en la diplomacia y definiendo el surgimiento de un nuevo componente de diplomacia que llamo diplomacia basada en el emprendimiento empresarial. Para explicar esto, primero reviso los puntos en los que el emprendimiento empresarial podría cruzarse con la diplomacia: los impulsores. En segundo lugar, ubico el enfoque de la diplomacia pública. Luego, introduzco la presentación de los principales pilares de su ecosistema. Finalmente, basado en todas estas características, propongo una definición de la noción.

### **2.2.1. Puntos de intersección entre el emprendimiento empresarial y la diplomacia: impulsores de la diplomacia basada en el emprendimiento empresarial**

En los últimos años, los académicos han dedicado su atención a la manera en que las prácticas diplomáticas evolucionan en el contexto del desarrollo

global. Como los diplomáticos tienen que manejar una agenda internacional compleja, actualizando el conjunto de herramientas diplomáticas de una manera innovadora, se considera necesario utilizar nuevos instrumentos capaces de mejorar el entendimiento mutuo entre los gobiernos y los ciudadanos de todo el mundo. Este es el primer punto en la conexión entre diplomacia y emprendimiento empresarial, teniendo este último un papel catalizador y un potencial para construir redes y comunidades que se cruzan con el trabajo de los diplomáticos.

El emprendimiento empresarial se encuentra actualmente en el centro de las estrategias nacionales e internacionales para crecimiento, empleo e innovación. Se basa no solo en finanzas y producción, sino también en relaciones personales, redes estratégicas y experiencias compartidas, principios que se destacan en gran medida en los programas de apoyo empresarial como conferencias, *pitching*, *hackathons*, *demo-days*, aceleradoras o incubadoras, etc. Lo impresionante en este contexto no son solo las empresas creadas con potencial para responder a los desafíos globales, sino que las comunidades orientadas internacionalmente determinaron qué el número de miembros aumente constantemente. Este es un segundo punto de la relación entre diplomacia y emprendimiento empresarial, ya que, a través de este lente, todo el espectro del apoyo empresarial, desde la validación de la idea hasta la recepción de fondos, es poderosamente atractivo y los diplomáticos pueden usarlo para influenciar la opinión pública en todo el mundo y, finalmente, para aumentar el poder blando de su país. Además, este enfoque otorga un camino hacia la colaboración que podría resultar en beneficios mutuos globales, que representan un tercer impulsor de la diplomacia basada en el emprendimiento empresarial.

Finalmente, el emprendimiento empresarial podría ser un recurso para resolver crisis diplomáticas. Como Slaughter y Bayrasli (2016) ilustran, un grupo de empresarios turcos y armenios colaboraron durante un evento Startup Weekend, en 2014, para diseñar un proyecto común independientemente de la falta de relaciones diplomáticas entre los dos países. Los autores argumentan:

El emprendimiento empresarial no es solo una opción comercial o económica para diplomáticos y legisladores. En un mundo con desafíos cada vez más acuciantes, desde pandemias hasta la pobreza y el agotamiento de los recursos hasta los extremistas religiosos, se está convirtiendo en una herramienta vital de la política exterior (p. 1).

Además, podría entenderse un nuevo punto de conexión entre el emprendimiento empresarial y la diplomacia en el contexto del recorte de los presupuestos de los ministerios de asuntos exteriores (Heine, 2013). En general, los movimientos de emprendimiento empresarial reciben apoyo de los presupuestos de otros ministerios e incluso de fuentes privadas. En otras palabras, podemos decir que la iniciativa empresarial ocurre de todos modos, ofreciendo oportunidades a los diplomáticos para aprovechar las ventajas de esto y construir sus propias estrategias a su alrededor.

Otro impulsor importante para la aparición de una diplomacia basada en el emprendimiento empresarial se refiere al potencial del emprendimiento empresarial para crear marcas. Como sugiere Van Ham (2008), la marca podría usarse en política para obtener una reputación positiva, teniendo la ventaja de causar emociones. En términos de Anholt, esto se refiere al respeto y afecto por la marca, enfatizando la importancia de políticas, productos e ideas *relevantes* para mejorar la re-

putación de un país (Anholt, 2010). Tomando el ejemplo de Start-Up Chile, esto colocó a Chile en el mapa global de la innovación, situándose en los “10 Mejores Aceleradores de Innovación en el mundo” (Start-Up Chile, 2018). Por lo tanto, el emprendimiento empresarial, la diplomacia y el poder blando se cruzan. Start-Up Chile promocionando Chile como un lugar favorable para la innovación. Debido a la exigencia de que los beneficiarios vivan en Chile e interactúen con la población local, este programa también representa una herramienta que afecta la percepción y la opinión de los empresarios extranjeros y también de las audiencias extranjeras.

### **2.2.2. Diplomacia basada en el emprendimiento empresarial como parte de la diplomacia pública**

La diplomacia pública, entendida en la literatura (Melissen, 2005; Cull, 2009; Barston, 2013; Cooper, Heine y Thakur, 2013) como una serie de actividades llevadas a cabo en las áreas de información, educación y cultura con el propósito de influir en un gobierno extranjero a través de sus propios ciudadanos, se considera tanto una herramienta de gobierno postmoderna esencial que genera legitimidad (Van Ham, 2005) así como un elemento esencial del poder blando (Melissen, 2005). El papel principal de la diplomacia pública es moldear las opiniones públicas extranjeras que se convertirán en influencia sobre los gobiernos extranjeros. Esto es apoyado por interacciones de grupos privados e interesados a nivel internacional y por la comunicación intercultural (Cull, 2009).

Dicho enfoque enfatiza la importancia de la comunicación tanto a nivel estatal como a nivel de actores no estatales y la necesidad de usar valores para proyectar atracción hacia estados y públicos extranjeros. En la misma línea, Gregory (2011) muestra que la diplomacia pública es una

herramienta utilizada por los estados, asociaciones de estados, actores subestatales y actores no estatales para comprender la cultura, las actitudes y los comportamientos, para crear y gestionar relaciones e influir opiniones y movilizar audiencias para satisfacer sus intereses y promover sus propios valores.

Si miramos el ejemplo del programa Start-Up Chile, podemos observar que este propone una manera de afectar los sentimientos y la percepción de los empresarios extranjeros, ya que es obligatorio que los solicitantes realicen actividades con impacto social, como la interacción directa con chilenos a través de talleres, encuentros, tutoría de ciudadanos locales, enseñanza de una clase, etc. (Yeoh, 2015). En conversaciones con representantes diplomáticos chilenos, estos subrayaron que tales programas que permiten la interacción directa entre personas extranjeras y locales son herramientas para la diplomacia pública, ya que los empresarios apoyados por el programa transmiten su experiencia a sus connacionales e incluso a otros conocidos extranjeros.

En el contexto de la diplomacia pública, esta lógica estimula el surgimiento de redes internacionales consistentes que se basan en las relaciones personales e institucionales (Van Ham, 2008) entre extranjeros y chilenos activos en el emprendimiento empresarial y la innovación sobre la base de sus valores e intereses comunes. En cada uno de los seis años de funcionamiento hubo nuevos candidatos de nuevas partes del mundo que muestran que se formaron redes amplias alrededor de Start-Up Chile y que el programa atrajo la atención de empresarios de todo el mundo. Esta es una característica principal no solo para Start-Up Chile, sino también para todos los aceleradores de negocios que ofrecen a los emprendedores *una experiencia práctica* basada en aprender haciendo, trabajando

en espacios compartidos y en un entorno favorable para los negocios, siendo estos los principales impulsores de la estimulación de los Start-Ups para intercambiar ideas con otras Start-Ups (De Leon y Donoso, 2017) y también para gestionar redes de audiencias extranjeras. En este sentido, la proliferación de empresarios extranjeros brinda la oportunidad para que los diplomáticos de crear asociaciones con ellos para difundir su experiencia, lo que puede abrir la puerta para llegar a nuevos tipos de audiencias a las que no es fácil acceder.

Además, los emprendedores apoyados por el programa no solo comparten su experiencia, sino que también promueven el intercambio de ideas y pueden inspirar a otras personas y explicarles las políticas del Estado que las apoyaron. Es igualmente relevante el potencial de los empresarios para resolver, a través de sus ideas y proyectos empresariales, problemas que pueden desafiar a diferentes países. Esto fomentará el surgimiento de un interés mutuo entre las naciones para iniciar discusiones o incluso la colaboración en torno a estos temas. Siguiendo el razonamiento comercial, si hay un caso para un gran proyecto o ideas, aparecerán varios actores deseosos de ingresar a la cadena de suministro, consolidando las redes y aumentando su poder para influir en las políticas de su interés a nivel internacional.

Por lo tanto, el aumento de la importancia del emprendimiento empresarial a nivel internacional es un recurso creciente para la diplomacia pública, que contamina el acceso y la creación de redes extranjeras, así como estimula el surgimiento de la marca país, ganando una buena reputación e incluso determinando el potencial para influir en partes de la agenda internacional.

### **2.2.3. Diplomacia basada en el emprendimiento empresarial: una noción en evolución**

Una expresión de diplomacia pública, inspirada también por la diplomacia empresarial (Ruel y Wolters, 2016), la noción de diplomacia basada en emprendimiento empresarial, podría entenderse como un uso instrumental de la iniciativa empresarial para obtener ventajas diplomáticas. Se refiere al proceso de integración de movimientos empresariales (por ejemplo, aceleradores e incubadoras, talleres, conferencias, hackathons, etc.) en la práctica de la diplomacia, vinculando la ejecución de los objetivos diplomáticos (que llamo faceta A) con los de apoyar el desarrollo empresarial (que llamo faceta B) en una relación de ganar-ganar.

El cuadro en el que el emprendimiento empresarial opera está marcado por la disrupción tecnológica y la innovación como motores del desarrollo socioeconómico. Por lo tanto, hay dos perspectivas principales en las que se puede llevar a cabo una diplomacia basada en emprendimiento empresarial: una se refiere a los países donde existe una cultura que lo respalda y la segunda a los países donde la cultura empresarial es poco propicia, pero donde existe el interés o el compromiso de poner el país respectivo en el mapa de la innovación.

En la primera perspectiva, de los países en los que existe una cultura de apoyo al emprendimiento empresarial, la diplomacia basada en emprendimiento empresarial tiene como objetivo aprovechar el derrame en torno a los movimientos empresariales e integrarlos en las estrategias diplomáticas. En tales casos, una de las direcciones del uso de la iniciativa empresarial como instrumento diplomático se refiere a fortalecer y promover la marca que evoluciona en torno a los movimientos de emprendimiento empresarial para avanzar como marca-país.

Un segundo uso se refiere a la creación de redes y acceso a nuevos tipos de público para compartir mensajes adicionales de interés para la diplomacia junto con la promoción de valores y programas de emprendimiento empresarial. En este sentido, una motivación para prestar atención a los eventos de apoyo empresarial bien conocidos es la gran cobertura de los medios y la gran cantidad de gente de alto potencial. Desde esta perspectiva, el país que alberga dicho evento se pone de relieve, tanto a nivel turístico como a nivel económico, ya que los empresarios son motores de crecimiento. Además, la diplomacia basada en emprendimiento empresarial podría ser una práctica para mejorar o incluso desarrollar las relaciones con otros países con los que existe una cooperación diplomática baja o difícil, ya que los empresarios están principalmente motivados por las oportunidades (GEM, 2017) y están dispuestos a movilizar sus recursos para obtener el apoyo necesario para desarrollar sus ideas o negocios ya que se sienten atraídos por conocer a otras personas talentosas, expertos y financiadores estarán abiertos a interactuar con personas de los países que ofrecen el tipo de apoyo que necesitan con una baja consideración sobre cuestiones políticas (ver grupo turco y armenio descrito en Slaughter y Bayrasli, 2016).

Otra dirección en la que la diplomacia basada en el emprendimiento empresarial podría llevarse a cabo se refiere a que las voces de los emprendedores influyan en la agenda internacional, ya que gozan de un estatus de alto nivel en las sociedades (GEM, 2017). Todo esto muestra que la primera perspectiva se adjunta a la faceta A de la diplomacia basada en emprendimiento empresarial vinculada a la implementación de objetivos diplomáticos con el apoyo de la iniciativa empresarial.

Por otro lado, en la segunda perspectiva, países donde existe poca cultura para apoyar el em-

prendimiento empresarial, pero con interés o compromiso para poner al país respectivo en el mapa de la innovación, la diplomacia basada en el emprendimiento empresarial se basa en la faceta B de apoyar el emprendimiento empresarial a través de diplomacia. Extendiendo el ejemplo de Silicon Valley, donde “la tecnología se convirtió en un símbolo socializado per se” (Bellini y Pasquinelli, 2016) y hubo un compromiso para el avance de tecnologías y no de individuos (Saxenian 1994, en Benner 2003, citado en Bellini y Pasquinelli, 2016), la diplomacia basada en el emprendimiento empresarial podría seguir el mismo razonamiento apoyando el surgimiento de grandes movimientos empresariales. Los diplomáticos podrían explorar el interés de las personas talentosas de todo el mundo en hacer negocios en entornos confiables y pueden atraer, utilizando canales diplomáticos, a más y más extranjeros deseosos de construir nuevos proyectos con impacto económico y social.

En este caso, algunos métodos para llamar la atención de los empresarios extranjeros podrían contemplar la organización de eventos temáticos de interés para los empresarios o la promoción de las políticas y activos de sus países en cada evento público que organicen o al que asistan. De esta manera, pueden mover el foco de la retórica en torno a sus países sobre el emprendimiento empresarial, que se considera un valor positivo a nivel internacional. En este contexto, los diplomáticos también pueden intercambiar buenas prácticas y aportar la experiencia extranjera de sus países al establecer alianzas con otros estados con buena reputación que tienen el potencial de impactar positivamente en la percepción que tienen a nivel internacional.

Por último, pero no menos importante, el compromiso de hacer de un país un centro de innovación basado en el apoyo empresarial ofrece a los di-

plomáticos nuevos recursos para llevar a cabo su trabajo. En este contexto, incluyendo la promoción del emprendimiento empresarial en sus estrategias contribuirá no solo a proyectar una buena imagen del país en el exterior, sino también a fomentar el desarrollo económico y encontrar soluciones innovadoras para los desafíos mundiales existentes.

Hay dos etapas en la conducción de la diplomacia basada en emprendimiento empresarial: en primer lugar, puede ser realizada por cualquier diplomático que pueda ser entrenado para comprender la lógica y las características del movimiento empresarial; la segunda forma, bastante alejada del presente, es el nombramiento de representantes temáticos que se ocupen del tema. Sin embargo, la idea principal es que los diplomáticos y los ministerios de asuntos exteriores deben ser los *administradores* de este estilo de diplomacia.

Finalmente, todo lo anterior indica que la diplomacia basada en el emprendimiento empresarial podría considerarse un componente de la diplomacia que respalde el cumplimiento de los objetivos diplomáticos, siendo una forma de aprovechar los beneficios del emprendimiento empresarial que está sucediendo por sí solo, como recurso para comprender mejor, comprometerse e incluso cambiar la opinión del público extranjero y ser parte activa de la conformación de la agenda en términos de innovación y emprendimiento empresarial a nivel internacional.

### 3. CONCLUSIONES

En una era donde la comunicación en línea, el desarrollo de la tecnología y la innovación dan forma el mundo, surge la cuestión de cómo evoluciona la práctica diplomática en el nuevo contexto. Cada vez es más difícil para los diplomáticos cumplir las

funciones diplomáticas diarias bajo un enfoque tradicional centrado en el secretismo. Entre las formas de prevenir esto, se encuentran los siguientes puntos generales: i) los diplomáticos, así como los sistemas diplomáticos en su conjunto, deben superar las suposiciones conservadoras y pensar fuera de la caja; ii) los diplomáticos deben ser conscientes de que los gobiernos extranjeros prestan atención a su voz nacional de opinión pública; iii) los diplomáticos necesitan establecer contacto y comunicación con audiencias extranjeras más allá de los procedimientos burocráticos.

Los resultados exitosos de Start-Up Chile, que difunde los beneficios también para la diplomacia, revelan que la innovación y el emprendimiento empresarial representan nuevos recursos para la diplomacia y tienen el potencial de fomentar el compromiso global. En general, existe una visión compartida a nivel internacional para la innovación como forma de estimular el desarrollo económico y responder a los desafíos globales. En este contexto, las personas con talento, los emprendedores y las nuevas empresas desempeñan un papel esencial para fortalecer la relación entre las naciones, incluidos tanto los ciudadanos como los funcionarios extranjeros.

En este artículo propuse algunas dimensiones que impulsan el surgimiento de un nuevo componente de la diplomacia que llamo diplomacia basada en el emprendimiento empresarial. Este es un enfoque de dos vueltas, teniendo en cuenta si los movimientos empresariales existentes en un país están más o menos desarrollados. Respecto de vincular la ejecución de los objetivos diplomáticos (faceta A) con los de apoyo al desarrollo empresarial (faceta B), la diplomacia basada en el emprendimiento empresarial propone una relación mutuamente beneficiosa entre los principales actores de su ecosistema: diplomáticos, otros ministerios com-

petentes, empresarios, partidarios de la iniciativa empresarial (por ejemplo, inversores, líderes de la innovación, mentores, etc.).

El principal riesgo de la diplomacia basada en el emprendimiento empresarial es que, una vez que comience, cualquier retroceso en las políticas nacionales relacionadas con el emprendimiento empresarial podría afectar negativamente e incluso destruir los logros alcanzados en la diplomacia pública. Por lo tanto, el éxito de dicho enfoque requiere un compromiso sistemático y el aumento de la colaboración entre todos los actores del ecosistema, así como un claro compromiso de la sede central para actuar en esta dirección.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**ADLER-NISSEN, R.** (2016). Diplomatic Agency. En: C. CONSTANTINOU, P. KERR y P. SHARP (2016). *The Sage Handbook of Diplomacy*. Londres, Reino Unido: Sage.

**ANHOLT, S.** (2010). Definitions of place branding – Working towards a resolution. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(1), 1-10.

**BARSTON, R.** (2013). *Modern Diplomacy*. Abingdon, Reino Unido: Routledge

**BELLINI, N.** y **PASQUINELLI, C.** (2016). Branding the innovation place. Managing the soft infrastructure of innovation. En: U. HILPER (2016). *Routledge Handbook of Politics and Technology*. Abingdon, Reino Unido: Routledge.

**CONSTANTINOU, C.; KERR, P.** y **SHARP, P.** (2016). *The Sage Handbook of Diplomacy*. Londres, Reino Unido: Sage.

**COOPER, A., HEINE, J.** y **THAKUR, R.** (2013). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford, Reino Unido: Oxford University Press.

**CULL, N. J.** (2009). Public Diplomacy before Gullion. The evolution of a Phrase. En N. SNOW y P. M. TAYLOR. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.

**DE LEÓN, I.** y **DONOSO, J. F.** (2017). *Innovation, Startups and Intellectual Property Management. Strategies and Evidence from Latin America and other Regions*. Springer International Publishing.

**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP AND DEVELOPMENT INSTITUTE, (GEM)** (2017). Global Entrepreneurship Index. Recuperado de <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>. [27 de enero de 2018]

**GRANT** (2004). Digital Diplomacy: The impact of the Internet on International Relations. En: N. WEST-COTT (2008). *Research Report*, (16). Oxford Internet Institute. Recuperado de: <http://www.oii.ox.ac.uk/research/publications/RR16.pdf> [27 de enero 2018]

**GREGORY, B.** (2011). American Public Diplomacy: Enduring Characteristics, Elusive Transformation. *The Hague Journal of Diplomacy*. Recuperado de [https://smpa.gwu.edu/sites/smpa.gwu.edu/files/downloads/BGregory\\_HJD\\_AmericanPD.pdf](https://smpa.gwu.edu/sites/smpa.gwu.edu/files/downloads/BGregory_HJD_AmericanPD.pdf)

**HARRIS, D.** y **ORTMANS, J.** (2014). *Startups as a form of diplomacy*. Recuperado de: <https://www.1776.vc/insights/startups-as-a-form-of-diplomacy/> [28 de enero 2018]

**HEINE, J.** (2013). From Club to Network Diplomacy. En: A. COOPER, J. HEINE y R. THAKUR (2013). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford, Reino Unido: Oxford University Press.

**HILPER, U.** (2016). *Routledge Handbook of Politics and Technology*. Abingdon, Reino Unido: Routledge.

**HOCKING, B. y MELISSEN, J.** (2015). *Diplomacy in the Digital Age*. La Haya, Holanda: Netherlands Institute of International Relations Clingendael.

**HOCKING, B.** et al. (2012). *Futures for diplomacy Integrative Diplomacy in the 21st Century*. Holanda: Institute of International Relations- Clingendael.

**Killion, D.T.** (2013). Startup Diplomacy, the Next Big Thing for American Soft Power. *The Huffington Post*. Recuperado de: <https://bit.ly/2QH2BPK> [28 de enero 2018]

**MARTIN, C. y JAGLA, L.** (2013). *Integrating Diplomacy and Social Media. A Report of the First Annual Aspen Institute Dialogue on Diplomacy and Technology*. Washington D. C., Estados Unidos: Aspen Institute.

**MCCLORY, J.** (2016). *The Soft Power 30. A global ranking of soft power*. Portland, Estados Unidos: PR Limited.

**MELISSEN, J.** (2005). The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice. En J. MELISSEN (ed.). *The New Public Diplomacy, Soft Power in International Relations*. Nueva York, Estados Unidos: Palgrave Macmillan.

**MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES DE CHILE** (2017). *Intereses de la Política Exterior de Chile*. Recuperado de: <https://minrel.gob.cl/minrel/site/artic/20080802/pags/20080802193244.html>

**NYE, J. S.** (2004). *Soft Power: The means to success in world politics*. Nueva York, Estados Unidos: Public Affairs.

**OCDE** (2018). *The future of education and skills. Education 2030*. Recuperado de [http://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20\(05.04.2018\).pdf](http://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20(05.04.2018).pdf). Último acceso: 1-6-2018.

**PIGMAN, G. A.** (2013). The Diplomacy of Global and Transnational firms. En: A. COOPER, J. HEINE y R. THAKUR (2013). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford, Reino Unido: Oxford University Press.

**POTTER, E.** (2002). *Cyber-Diplomacy: Managing Foreign Policy in the Twenty-First Century*. Montreal, Canadá: McGill-Queen's University Press.

**RUEL, H. y WOLTERS, T.** (2016). Business Diplomacy. En: C. CONSTANTINOU, P. KERR y P. SHARP, P. (2016). *The Sage Handbook of Diplomacy*. Londres, Reino Unido: Sage.

**SAFTESCU, R.** (2018). Benefits of Start-Up Chile Programme on Promoting Chile's Image Abroad. *Diplomacia*, (137). Santiago de Chile: Academia Diplomática de Chile Andrés Bello.

**SCHMIDT, J.** (2014). Between Irrelevance and Integration? New Challenges to Diplomacy in the 21st Century and the Role of the EEAS. *EU Diplomacy Papers* 8/2014. Brujas, Bélgica: College of Europe.

**SLAUGHTER, A. M. y BAYRASLI, E.** (2016). *Entrepreneurship as a Diplomatic Tool*. Recuperado de: <https://www.project-syndicate.org/commentary/entrepreneurship-as-a-diplomatic-tool-by-anne-marie-slaughter-and-elmira-bayrasli-2016-03>

**START-UP CHILE.** Recuperado de: <http://www.startupchile.org/>

**VAN HAM, P.** (2008). Place Branding: The State of the Art. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 616(1), 126-149.

**YEOH, C.** (2015). *Building a Startup Ecosystem: Lessons from Chile*. Recuperado de: <http://www.startupchile.org/building-a-startup-ecosystem-lessons-from-chile/>