**La influencia de las estrategias comerciales que usan las empresas multinacionales para adaptarse a diferentes culturas**

***The influence of business strategies used by multinational companies to adapt to different cultures.***

Sara Hoyos Taborda

1. Tercer semestre académico, Universidad Católica Luis Amigó, grupo de investigación GESNE, Semillero de investigación de Negocios Internacionales SINNII, ORCID 0009-0003-1647-5545, Medellín, Colombia, sara.hoyosta@amigo.edu.co

**Resumen:** Las empresas multinacionales adaptan sus estrategias a diferentes culturas para maximizar su impacto en mercados globales. Esta adaptación se da en varios niveles, por ejemplo: marketing, recursos humanos y modelos de negocio.

La clave está en entender las diferencias culturales y adaptar sus productos, comunicación y operaciones sin perder su identidad de marca.

El objetivo de esta investigación es explorar cómo operan las empresas, con el fin de aumentar su productividad y dejar una huella en cada cliente. Identificando cómo las diferencias culturales afectan la toma de decisiones en las diferentes organizaciones. Esta investigación adopta un enfoque cualitativo, ya que su propósito es comprender en profundidad los procesos de adaptación estratégica que implementan las empresas multinacionales en contextos culturales diversos. Este enfoque permite explorar las percepciones, experiencias y prácticas de los actores involucrados, dándonos como resultado una visión contextualizada del fenómeno. Además, se examinarán casos específicos de empresas que han modificado exitosamente (o no) su estrategia en función de la cultura local.

Al finalizar esta investigación, deseo obtener resultados que pueda aplicar tanto en el ámbito académico como en el ámbito laboral en un futuro cercano. Es probable que los resultados evidencien que el conocimiento y la sensibilidad intercultural de los líderes es un factor crítico para una adaptación estratégica efectiva. También se espera obtener información sobre obstáculos comunes que enfrentan las multinacionales al entrar en nuevas culturas, así como errores que han impactado negativamente sus resultados.

Como la investigación aún se encuentra en curso, a la fecha no se cuenta con conclusiones.

**Palabras clave:** Cultura, estrategias, multinacionales, mercados, negocios.

**Abstract:** Multinational companies adapt their strategies to different cultures to maximize their impact in global markets. This adaptation occurs at various levels, for example: marketing, human resources and business models.

The key is to understand cultural differences and adapt their products, communication and operations without losing their brand identity.

The objective of this research is to explore how companies operate, in order to increase their productivity and leave an imprint on each customer. Identifying how cultural differences affect decision making in different organizations. This research adopts a qualitative approach, as its purpose is to understand in depth the strategic adaptation processes implemented by multinational companies in diverse cultural contexts. This approach allows us to explore the perceptions, experiences and practices of the actors involved, resulting in a contextualized view of the phenomenon. In addition, specific cases of companies that have successfully (or not) modified their strategy according to the local culture will be examined.

At the conclusion of this research, I wish to obtain results that I can apply both in academia and in the workplace in the near future. The results are likely evidence that leaders' cross-cultural knowledge and sensitivity is a critical factor for effective strategic adaptation. It is also expected to yield information on common obstacles multinationals face when entering new cultures, as well as mistakes that have negatively impacted their bottom line.

As the research is still ongoing, no conclusions are available to date.

**Keywords:** Strategy, culture, markets, multinationals, business.