V Congreso Internacional en Estrategia Legal - CIEL 2025

Transformación de la estrategia legal: el cumplimiento empresarial y el rol de la tecnología en el mundo actual

30 – 31 de octubre de 2025

Punta Cana, República Dominicana

Guía para la elaboración de casos de estudio

Objetivo

El objetivo de los casos de estudio a presentarse es aportar al análisis teórico sobre estrategia legal, las experiencias prácticas y el contexto en el que se desenvuelven y toman decisiones de negocios los agentes económicos. Los casos de estudio deben ir más allá de conectar con los conceptos teóricos; deben ilustrar, a través del trabajo de campo, cómo la academia se despliega en la práctica.

Tipos de casos[1]

- *Company field cases*: Estos casos son desarrollados en consorcio con una empresa participante. El estudio de campo se limita a una sola entidad y conlleva entrevistas y divulgación de información atinente a esta.

- *Individual field cases:* Aquí el investigador se centra en una persona y su experiencia en el mercado. Esto puede incluir información sobre varias empresas o varios "mini-casos" en los cuales esa persona ha estado involucrada.

- *Published information cases:* El autor hace uso de información pública de empresas en las cuales no realizará un estudio de campo. En este caso, el investigador deberá complementar su investigación con propuestas y alternativas con base en dicha información.

Pasos para elaborar un Caso de Estudio

Selección del Caso

El primer paso para seleccionar un caso es identificar un problema u objetivo de negocios específico y concreto desde la perspectiva de un agente del mercado o industria. Lo esencial que debe tomar en cuenta el investigador para elegir un caso es su afinidad y dominio del área de práctica o campo de estudio en cuestión. Es importante que el investigador escoja

un caso que le parezca relevante, ya sea por su conocimiento previo de la actividad económica o industria donde se desenvuelve el caso o por su deseo de incursionar en esa actividad económica o industria.

Levantamiento de Información

Luego de seleccionado el caso, el investigador deberá verificar la información disponible y el tiempo que cuenta para analizarla. Algunas pautas que pueden ayudar a decidir el tipo de caso a presentar son las siguientes:

- ¿Qué información tengo disponible sobre el caso?
- ¿Es esa información suficiente para desarrollar del caso?
- ¿Tendré acceso a desarrollar un estudio de campo adecuado?

Estas preguntas llevarán al investigador a enmarcar su caso en uno de los tipos mencionados en la sección anterior.

Una vez elegido el tipo de caso se debe iniciar la revisión de la información disponible.[2] La primera fuente a revisar es la información pública del caso (esto puede ser noticias, estados financieros, información corporativa de la empresa, sentencias, etc).

Evidentemente, si el investigador ha escogido un caso de *published information* su etapa de recolección de información concluirá en esta fase. Luego de esto, el investigador deberá preparase para el trabajo de campo. Coordinará entrevistas y visitas *in situ* a la empresa o persona objeto de estudio.[3] La cantidad de entrevistados, frecuencia y extensión de las entrevistas debe ser consensuado entre las partes.

Redacción y/o presentación del Caso

Luego de esto, el investigador debe iniciar la redacción y/o presentación del caso[4] dependiendo del formato elegido, el cual deberá incluir las siguientes secciones[5]:

i) *Presentación:* uno o dos párrafos de apertura con una breve sección introductoria que ambiente al lector en el caso, y presente el problema identificado así como la hipótesis que se propone desarrollar a través del caso.

ii) *Recuento fáctico del caso*: un relato minucioso de los detalles del caso que comprenda no solo la narrativa de los hechos acontecidos, sino además una descripción detallada sobre las partes envueltas y el negocio en cuestión e información del contexto en el cual se desarrolla el caso, incluyendo las premisas económicas y políticas de la actividad económica o industria que sean relevantes, respaldado por datos duros o *hard data* (tal como información

cuantitativa del mercado o económica, estadísticas, información financiera, etc.) – y datos blandos o *soft data* que contengan los elementos cualitativos necesarios para tener una apreciación integral del caso.

iii) *Preguntas de análisis*: listado de preguntas que conduzcan al análisis del problema identificado y la generación de estrategias legales para resolverlo.

iv) *Análisis*: desarrollo de la investigación y análisis, detallando los hallazgos, propuestas de estrategia legal y aplicaciones prácticas identificadas que demuestren la hipótesis que se busca o se pretende probar.

v) *Conclusión:* breve resumen del análisis desarrollado y los resultados del mismo.

vi) *Bibliografía*: descripción de todas las fuentes consultadas.

vii) *Anexos (opcional)*: documentos de soporte de los hechos y premisas del caso.

[[1] Robert, Michael J. *Developing a Teaching Case (Abridged).* Harvard Business School. 2012. P.7.
[2] Yemen, Gerry. *Overview of the Business case writing process*. University of Virginia. 2012. P.1.
[3] *Idem.*
[4] Linder, Jane. *Writing Cases: Tips and Pointers.* Harvard Business School. P.3.
[5] Yemen, Gerry. *On Writing cases well.* University of Virginia. 2012. Exhibit 2; y Gentile, Mary C. *25 preguntas a hacerse al comenzar a desarrollar un nuevo caso de studio*. Agosto 13, 1990, Harvard Business School.

CIEL
V INTERNATIONAL CONGRESS ON LEGAL STRATEGY

INSTITUTO OMG

V International Congress on Legal Strategy - CIEL 2025
Transformation of legal strategy: corporate compliance and the role of technology in the modern world

October 30 – 31 2025

Punta Cana, Dominican Republic

Guide for Case Studies

Objective

The case studies' goal is to add to the theoretical examination of legal strategy, practical knowledge, and the environment in which economic actors' function and make decisions about their businesses. The case studies must go beyond theoretical ideas; by using actual fieldwork, they must demonstrate how academia is used in real-world situations.

Case types[1]

- *Company field cases: These cases are developed with a participating company. The field study is limited to a single entity and involves interviews and disclosure of information related to that entity.*

- *Individual field cases: The author focuses on an individual and his or her experience in the market. This may include information on several companies or several "mini-cases" in which that person has been involved.*

- *Published information cases: The author relies on public information from companies in which he/she will not conduct field research. In this case, the author must complement his research with proposals and alternatives based on this information.*

Steps to prepare a Case Study

Case selection

The first stage in choosing a case is finding an issue or specific business goal from the viewpoint of a member of that economic activity or industry. The researcher's familiarity with and knowledge of the economic activity or industry should be considered as the primary criterion for choosing a case. It's critical that the author selects a case that interests him or her, whether because of prior exposure to the subject matter or from professional expertise.

Gathering of information

After selecting the case, the researcher should verify the information available and the time to analyze it. The following are some guidelines that may help in deciding the type of case to present:

- What information do I have available about the case?
- Is that information sufficient to develop the case?
- Will I have access to develop proper field research?

These inquiries will lead the researcher to categorize the case into one of the categories listed earlier.

Once the case type has been chosen, it's time to start evaluating the information available.[2] The public information about the case should be examined as the initial source (news, financial statements, corporate information of the company, etc).

Clearly, if the researcher has chosen a case of published information, their data collection phase will conclude at this stage. After this, the researcher must prepare for fieldwork. They will coordinate interviews and on-site visits to the company or individual under study.[3] The number of interviewees, the frequency, and the duration of the interviews should be agreed upon by both parties.

Writing and/or presentation of the case

After this, the researcher must begin drafting and/or presenting the case [4], depending on the chosen format, which should include the following sections [5]:

i) *Presentation:* one or two opening paragraphs with a brief introductory section introducing the reader to the case and presents the identified problem as well as the hypothesis proposed to be developed through the case.

ii) *Facts of the case:* a thorough account of the case details comprising not only a narrative of the facts of the case, including a narrative of the facts as well as a detailed description of the parties involved, the business in question, and information about the context in which the case develops, including pertinent economic and political premises of the economic activity or industry, supported by hard data (such as quantitative market or economic information, statistics, financial information, etc.) and soft data.

iii) *Analysis questions:* list of questions that lead to the analysis of the identified problem and the generation of legal strategies to solve it.

iv) *Analysis:* research and analysis development, summarizing the conclusions, suggested legal strategy, and identifying practical applications in support of the hypothesis

v) *Conclusion:* succinct overview of the analysis conducted and its findings.

vi) *Bibliography:* a list of all the sources used.

vii) *Annexes (optional):* supplementary materials for the case's facts and premises. Bibliography: a list of all the sources used.

[1] Robert, Michael J. *Developing a Teaching Case (Abridged).* Harvard Business School. 2012. P.7.
[2] Yemen, Gerry. *Overview of the Business case writing process*. University of Virginia. 2012. P.1.
[3] *Idem.*
[4] Linder, Jane. *Writing Cases: Tips and Pointers.* Harvard Business School. P.3.
[5] Yemen, Gerry. *On Writing cases well.* University of Virginia. 2012. Exhibit 2; y Gentile, Mary C. *25 preguntas a hacerse al comenzar a desarrollar un nuevo caso de studio*. Agosto 13, 1990, Harvard Business School.