



Claims, Pericias de Daños



Antonio Iribarren CIC, CEIC<sup>®</sup> y Mark Sanders CFCC<sup>®</sup>  
Consultores senior QDR

Copyright © 2015 Asesorías, Consultorías y Servicios QDRclaims

## INGENIERÍA, INGENIERÍA DE COSTOS, INGENIERÍA DE CLAIMS: ¿PROCESOS "A MEDIDA"?



Minería



Infraestructura



Energía



Oil & Gas

Muy sintéticamente, entendemos la **Ingeniería** como la aplicación de conocimiento científico con la creatividad y experiencia, para resolver problemas en el mundo real, con procesos basados en fundamentos científicos y/o por aplicación probada; la **Ingeniería de Costos** como un campo de la Ingeniería destinada a la aplicación de principios y técnicas científicas a problemas de estimación, control de costos, planificación empresarial, ciencias de la gestión, análisis de rentabilidad, gestión de proyectos, planificación y programación y la **Ingeniería de Claims**, como un subcampo de la Ingeniería de Costos, destinada a la aplicación de técnicas, herramientas y metodologías a la recuperación de daños plazos / costos y la asignación de responsabilidades por las desviaciones excusables / compensables de los contratos, con habilidades para determinar la relación causal entre derecho y daño, observando de manera imparcial las dificultades en su ejecución y finalmente, valorar y dimensionar suficientemente los daños ocasionados.

Podremos hacer diseños nuevos, pero no podemos basar un diseño nuevo de un puente (por ejemplo) con fórmulas nuevas y no probadas a causa de los riesgos. Necesitamos desarrollar, probar y codificar los procesos antes de usarlos para resolver problemas reales: **los Ingenieros de Claims seguimos procesos que han sido revisados y aceptados por la comunidad analítica más amplia o sometidos a escrutinio por una parte desinteresada, en lugar de procesos "a medida" (bespoke):** somos entusiastas partidarios de la aplicación de conceptos de Ingeniería al análisis de Claims. Se adapta bien a nuestra necesidad de técnicas de análisis confiables.

En nuestra opinión, "a medida" suena como ad-hoc, no probado y no científico. Parece ser uno de esos pintorescos términos británicos que nos confunden: han vendido trajes a medida en Londres,



donde personalizan la ropa para cada persona.

Hoy día, el término ha pasado de la sastrería al marketing comercial general y ahora aparece en el marketing de análisis de Claims. Su significado moderno es "hecho a pedido individual", "hecho desde cero" o "único en su clase", pero -cuidado- los procesos "a medida", serían procesos que alguien desarrolle para un propósito específico y los informes de análisis forense, serían informes "a medida" para abordar situaciones específicas: quien tenga el análisis mejor respaldado por una técnica probada aplicada a la base más amplia de datos disponibles, debería obtener el éxito.

Aplicando ese significado al análisis de Claims, denota más que la personalización de un proceso estándar. Un traje "a medida", no es un traje modificado para una persona en particular: es un traje hecho desde cero. Del mismo modo, un proceso "a medida", no denotaría un proceso modificado adaptado a un propósito particular. Sería un proceso diseñado desde cero. Por supuesto, esto no encajaría con la necesidad de procesos confiables.

Las empresas están tratando de usar la palabra "a medida", para indicar un alto nivel de atención al detalle y alta calidad. Por supuesto, al igual que con un traje a medida, esperan que los clientes comprendan que este nivel de detalle y calidad tendrá un precio acorde. Desafortunadamente, la palabra socava la implicación de la fiabilidad de las técnicas de análisis. También socava la implicación de la objetividad. Los trajes a medida están cuidadosamente diseñados para resaltar las mejores características y **ocultar los defectos del usuario**. Un análisis a medida, realizado a pedido individual, podría diseñarse para hacer lo mismo.

Aquí con los Claims, no queremos disminuir la innovación, pero hay aplicaciones reales basadas en procesos "boutique" o "bespoke", **que no han sido probados**. Es probable que sea definido como arte, pero necesitamos más para la ingeniería. Cada situación requiere una solución individual y customizada. Pero las soluciones necesitan una base de procesos de confianza, y el Analista tiene que comprender y poder explicar su aplicación.

Entendiendo que la carga debe recaer en el Analista, la pregunta más importante respecto por ejemplo la cuantificación de daños plazo, no es "¿qué dice el cronograma?"...si bien eso es importante, la pregunta más importante es "**¿cuál es la verdad?**". Si el Analista ha hecho el

mejor trabajo posible capturando la verdad, es más probable que convenza al oyente en la mayoría de los casos (es decir, ausencia de incompetencia en la presentación o la prueba de hecho).

Por otro lado, para -por ejemplo- demostrar por qué un análisis de cronograma es "incorrecto", cabe la pregunta, ¿quién es responsable de la teoría detrás de sus técnicas de análisis "a medida"?, ¿han sido revisadas y aceptadas esas técnicas por la comunidad analítica más amplia o sometidas a escrutinio por una parte desinteresada?

La mejor manera de ayudar a su cliente es llegar a la verdad. Aprovechar las tergiversaciones en la documentación del proyecto para contar una buena historia, es un juego peligroso, al igual que excluir la información disponible del análisis sin una justificación significativa, sería un error.

Si se revelara en el arbitraje, todo el análisis podría colapsar, dañando la reputación tanto del Analista como de su Cliente (además de ser éticamente cuestionados).

Finalmente, permítannos disuadir a las empresas de usar la palabra "a medida" en sus materiales de marketing. Si los abogados o peritos contradictorios los confrontan con esos materiales, recomendaríamos que los Analistas los descarten, por estar "inflados" de marketing. Creemos que los clientes deberían tratar el uso de la palabra como un motivo de escepticismo: encaja mal y me desharía de él.

