

## 1. Urgencia (el "¿qué pasa ahora?")

Se calcula con dos métricas clave:

- **ratio\_leads** = leads entregados / capping mensual → cuánto del cupo está cubierto
- **ratio\_mes** = día actual / días del mes → qué fracción del mes ha pasado
- **ritmo** = ratio\_leads - ratio\_mes → si es positivo vas adelantado, negativo atrasado

Urgencia	Condición
PAUSAR	ratio_leads $\geq$ 1.0 → el capping está lleno
SPRINT	Vas muy atrasado (>15%) y quedan $\leq$ 5 días para fin de mes
ACELERAR	Vas atrasado más del 15% del ritmo esperado
FRENAR	Vas adelantado más del 15%
EN_RITMO	Diferencia menor al 15% en cualquier dirección

## 2. Acción (el "¿qué hacer?")

La decide la IA siguiendo reglas fijas basadas en urgencia + rentabilidad:

Urgencia	Rentabilidad	Acción
PAUSAR	—	PAUSAR
SPRINT	—	AUMENTAR_PRESUPUESTO $\times$ 1.3–1.5
ACELERAR	✓	AUMENTAR_PRESUPUESTO $\times$ 1.1–1.25
ACELERAR	✗	MANTENER (no gastar más si no convierte)
FRENAR	—	REDUCIR_PRESUPUESTO $\times$ 0.75–0.9
EN_RITMO	✓	MANTENER
EN_RITMO	✗	REDUCIR_PRESUPUESTO $\times$ 0.85

## 3. Criticidad (el "¿qué importancia tiene?")

Se calcula en [run.py:59-71](#) combinando urgencia + acción:

Criticidad	Cuándo
<b>Crítico</b>	Urgencia es PAUSAR o SPRINT → requiere acción inmediata

<b>Peligro</b>	La acción cambia el presupuesto pero no es urgencia crítica
<b>Mantener</b>	La acción es MANTENER → todo en orden

La criticidad solo se usa para **ordenar** las campañas en el output (las críticas primero) y para guardar el campo Criticidad en Airtable.