**Condiciones existentes:**

• **Programada:** Decidir reordenar inventario cuando el stock cae por debajo de un nivel específico. Es una decisión rutinaria y estructurada.

• **No programada:** Decidir lanzar un nuevo producto al mercado en respuesta a una oportunidad inesperada. Es una situación novedosa que no sigue un procedimiento estándar.

**Oportunidad en que se toma la decisión:**

• **Proactiva:** Implementar un programa de capacitación para empleados en anticipación a la adopción de una nueva tecnología en la industria.

• **Reactiva:** Responder a una crisis de relaciones públicas después de un incidente que afectó la reputación de la empresa.

**Grado de orden y rigurosidad:**

• **Intuitiva:** Elegir un diseño para la campaña de marketing basado en la experiencia y el “feeling” del equipo creativo, sin datos concretos que lo respalden.

• **Sistemática:** Analizar datos de mercado y realizar investigaciones antes de decidir la estrategia de precios para un nuevo producto.

**Plazo y grado de generalidad:**

• **Estratégica:** Decidir expandir las operaciones de la empresa a nivel internacional durante los próximos cinco años.

• **Táctica:** Ajustar el presupuesto de marketing para los próximos seis meses en respuesta a la temporada de ventas.

• **Operativa:** Asignar turnos al personal para la próxima semana según la disponibilidad y la carga de trabajo prevista.