

Nom del projecte

Introducció

- Breu introducció al context del projecte i la seua importància per al negoci.-

Se trata de una institución bancaria portuguesa en la que se ha hecho unas campañas de marketing directo (a través de llamadas telefónicas).

Objectius del Projecte

1. Quins són els objectius del negoci?

El objetivo de la clasificación es predecir si el cliente suscribirá un depósito a plazo

2. Quines decisions o processos específics voleu millorar o automatitzar amb ML? -

Automatizar el proceso de predicción de suscripción de depósito de cada cliente.

3. Es podria resoldre el problema de manera no automatitzada?

Se podría realizar pero el uso de machine learning permitiría hacerlo de manera automática, más rápida y diariamente sin necesidad de hacerlo manualmente.

Metodologia Proposta

Breu descripció del tipus i algorisme de ML a utilitzar.

Se elige un modelo de algoritmo supervisado de regresión logística. Es menos complejo que otros métodos. Pueden procesar grandes volúmenes de datos a alta velocidad. Ofrece una mayor visibilidad de los procesos.

Dades Disponibles -Text aquí (Utilitza el conjunt de dades disponible) Mètrica d'èxit del projecte Identifica una mesura quantificable que permetrà avaluar si el projecte ha aconseguit els seus objectius. Les mètriques d'èxit han d'estar directament vinculades amb els objectius del negoci. Això assegura que el projecte de ML estigui alineat amb les metes estratègiques de l'empresa i proporciona un impacte tangible i mesurable en el rendiment del negoci.

Archivo bank_dataset.csv

En el dataset tenemos los siguientes datos recogidos de 11162 llamadas: variable *age* (Edad, Entero), *job* (Ocupación, Categoría), *marital* (Estado Civil, Categoría), *education* (Nivel de Educación, Categoría), *default* (Tiene crédito en mora?, Binario), *balance* (Saldo Medio Anual, Entero), *housing* (Tiene préstamo de vivienda?, Binario), *loan* (Tiene préstamo personal?, Binario), *contact* (Tipo de comunicación de contacto, Categoría), *day* (Último día de contacto de la semana, Fecha), *month* (Último mes de contacto del año, Fecha), *duration* (Duración del último contacto en segundos, Entero), *campaign* (Número de contactos realizados durante esta campaña, Entero), *pdays* (Número de días transcurridos desde que se contactó por última vez al cliente en una campaña anterior, Entero), *previous* (Número de contactos realizados antes de esta campaña), *poutcome* (Resultado de la campaña de marketing anterior, Categoría) y la variable objetivo *deposit* (El cliente ha suscrito un depósito a plazo?, Binario).

La métrica de evaluación utilizada será la de precisión. Es importante minimizar los casos de falsos positivos ya que el costo es bastante alto.

Responsabilitats Ètiques i Socials Identificar quins aspectes ètics i socials han de tenir en compte en la implementació del projecte.

Evitar la discriminación y asegurarse de no reforzar sesgos existentes para ser justos con todos los clientes.

Proporcionar información clara, comprensible y explicable de la manera mas transparente posible.

Garantizar la seguridad y privacidad de los datos, asi como su manejo de manera etica cumpliendo reglamentos y politicas.

Considerar el impacto social garantizando el uso de la IA de manera responsable.

Es importante tambien establecer quien es el responsable de la toma de decisiones y en caso de daños y repercusiones de su mal uso.