**CASO: EMPRESA DE MARKETING**

Una empresa de marketing analiza el impacto de tres medios publicitarios (Televisión, Radio y Redes) en las ventas de un determinado producto. Estas variables se utilizarán para predecir las unidades y el nivel de venta sobre la base de la cantidad de dinero gastado en los tres medios publicitarios. El experimento publicitario se ha repetido 122 veces con diferentes presupuestos y se han registrado las ventas observadas. Las variables se muestran a continuación:

**Ventas:** Nivel de ventas semanales (Baja, Alta)

**Televisión:** Gasto en publicidad en televisión (en miles de dólares)

**Radio:** Gasto en publicidad en Radio (en miles de dólares)

**Redes:** Gasto en publicidad en redes (en miles de dólares

La base de datos se encuentra en el archivo **"Ventas.xlsx"**

* Realice una partición 70-30 Use seed.set (100)
* Pruebe una red neuronal y compare con el modelo random forest
* Con el mejor modelo estime la probabilidad de que la venta sea alta si se invierte 250 mil dólares en Televisión, 60 mil dólares en radio, y 40 mil dólares en redes sociales.