Este dataset contiene 11,162 filas y 17 columnas, relacionadas con datos de una campaña de marketing bancario. Las columnas incluyen información sobre:

- \*\*age:\*\* Edad del cliente.

- \*\*job:\*\* Tipo de trabajo del cliente.

- \*\*marital:\*\* Estado civil.

- \*\*education:\*\* Nivel de educación.

- \*\*default:\*\* Si tiene crédito en mora.

- \*\*balance:\*\* Saldo en la cuenta bancaria.

- \*\*housing:\*\* Si tiene préstamo de vivienda.

- \*\*loan:\*\* Si tiene préstamo personal.

- \*\*contact:\*\* Tipo de comunicación de contacto.

- \*\*day:\*\* Día del último contacto.

- \*\*month:\*\* Mes del último contacto.

- \*\*duration:\*\* Duración del último contacto, en segundos.

- \*\*campaign:\*\* Número de contactos realizados durante esta campaña y para este cliente.

- \*\*pdays:\*\* Número de días que pasaron después de que el cliente fue contactado por última vez desde una campaña anterior.

- \*\*previous:\*\* Número de contactos realizados antes de esta campaña y para este cliente.

- \*\*poutcome:\*\* Resultado de la campaña de marketing anterior.

- \*\*deposit:\*\* Si el cliente ha suscrito un depósito a plazo.

### Propuesta de Proyecto: Análisis de la Campaña de Marketing Bancario

\*\*Objetivo:\*\* Realizar un análisis detallado sobre la efectividad de la campaña de marketing bancaria, identificando factores clave que influencian la decisión de un cliente de suscribir un depósito a plazo.

\*\*Etapas del Proyecto:\*\*

1. \*\*Análisis Exploratorio de Datos (EDA):\*\* Examinar distribuciones, identificar outliers, y entender las relaciones entre las diferentes variables.

2. \*\*Análisis de Factores Influenciales:\*\*

- Investigar cómo variables demográficas (como edad, estado civil y educación) y financieras (como balance de cuenta y préstamos) afectan la decisión de suscribir un depósito.

- Analizar la influencia del método de contacto, el mes de contacto, y la duración del contacto en la decisión final.

3. \*\*Modelado Predictivo:\*\*

- Desarrollar un modelo de clasificación (como regresión logística, árboles de decisión, o random forest) para predecir si un cliente suscribirá un depósito a plazo.

- Evaluar la precisión del modelo y la importancia de las características.

4. \*\*Segmentación de Clientes:\*\*

- Utilizar técnicas de clustering (como K-means) para identificar segmentos de clientes basados en sus características y comportamientos.

5. \*\*Insights y Estrategias de Marketing:\*\*

- Derivar insights sobre la efectividad de las diferentes estrategias de la campaña.

- Recomendar estrategias de marketing dirigidas para mejorar las tasas de suscripción en futuras campañas.

6. \*\*Visualización de Datos:\*\*

- Crear visualizaciones para representar los hallazgos y modelos, facilitando la interpretación y comunicación de los resultados.

Este proyecto te permitirá demostrar no solo tu habilidad para analizar y obtener insights de datos complejos sino también tu capacidad para aplicar técnicas de ciencia de datos en la optimización de estrategias de marketing. Además, el modelado predictivo y la segmentación de clientes resaltarán tu competencia en el uso de herramientas analíticas avanzadas para informar decisiones estratégicas.