**Caso 3 – *Clasificación de Propensión a Compra de Producto Financiero***

Una entidad financiera digital desea identificar, dentro de su base de usuarios activos, a aquellos con mayor probabilidad de adquirir un nuevo **producto de inversión a plazo fijo**. Marketing quiere lanzar una campaña segmentada solo a los clientes con alta propensión.

El objetivo es construir un modelo que clasifique si un cliente **comprará (1)** o **no comprará (0)** el producto en los próximos 30 días.

**Campos:**

| **Campo** | **Tipo** | **Descripción** |
| --- | --- | --- |
| user\_id | ID | Identificador único del cliente |
| age | numérico | Edad del cliente |
| account\_balance\_usd | numérico | Saldo en cuenta principal en USD |
| has\_mobile\_app | binario | Si usa la app móvil |
| visits\_last\_30d | numérico | Visitas al sitio en últimos 30 días |
| interacted\_last\_campaign | binario | Si hizo clic en campaña anterior |
| converted\_product | binario | **Target**: 1 si compró el producto, 0 si no |

**Objetivo del modelo**

Clasificar si el usuario comprará (1) o no (0) usando AutoML de PyCaret y exponer el modelo por API con FastAPI + interfaz con Streamlit. Además, registrar todo con **MLflow local**.