



**UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA**

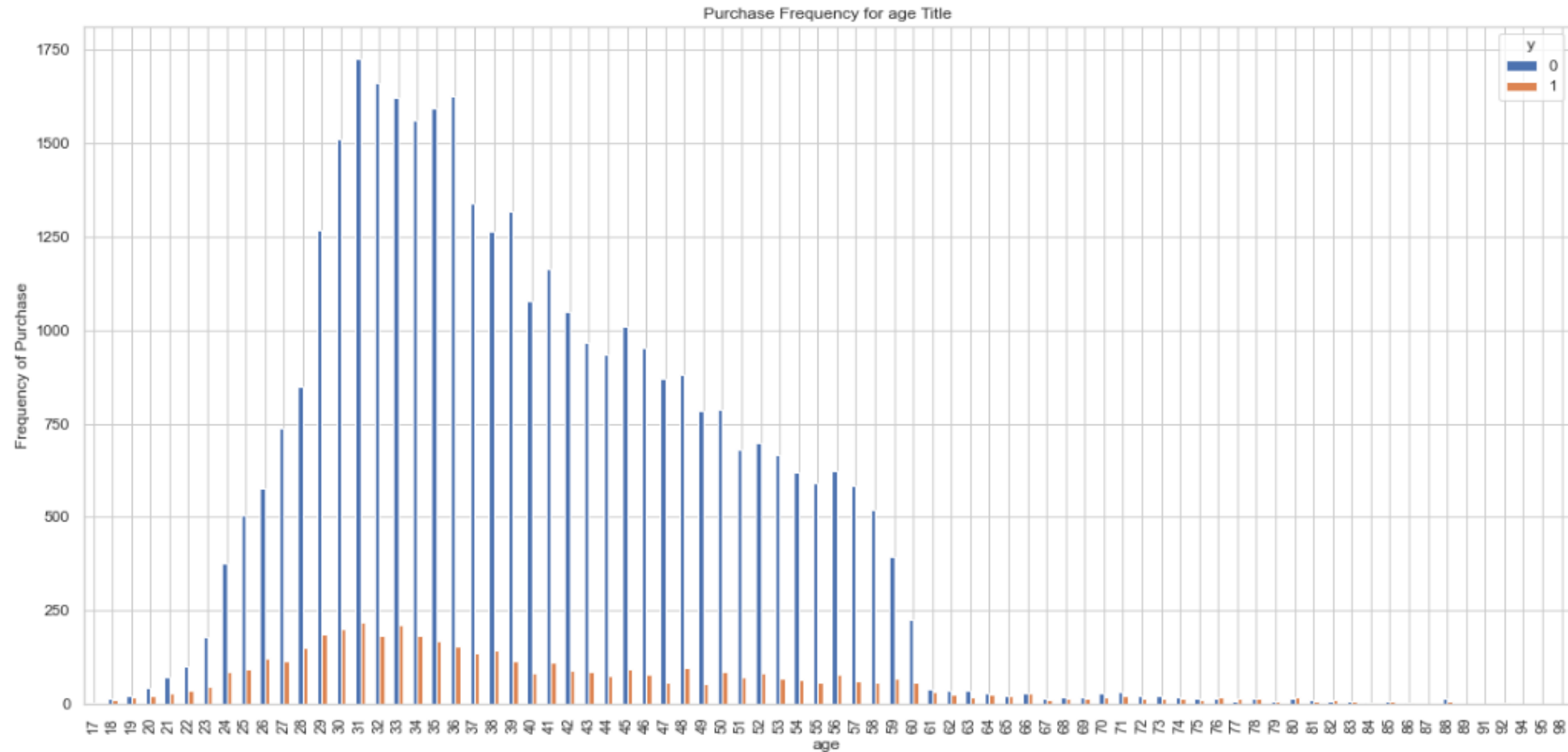
Análisis de Variables_TAREA 3

Diógenes Laureano Barreto Alvarez

Métodos de Analisis de Datos

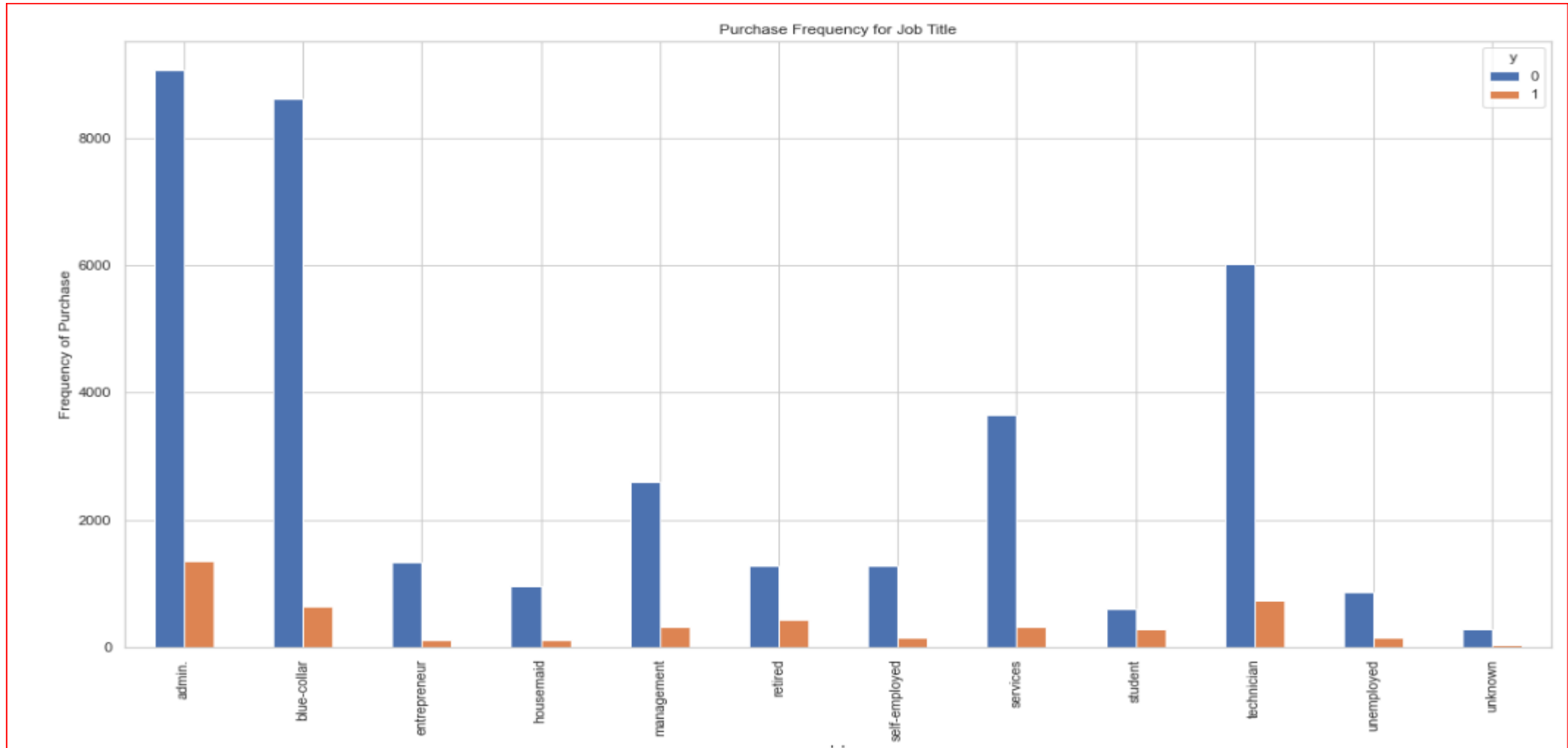
Luz Estela Gomez, Ph. D.

Variable = Edad



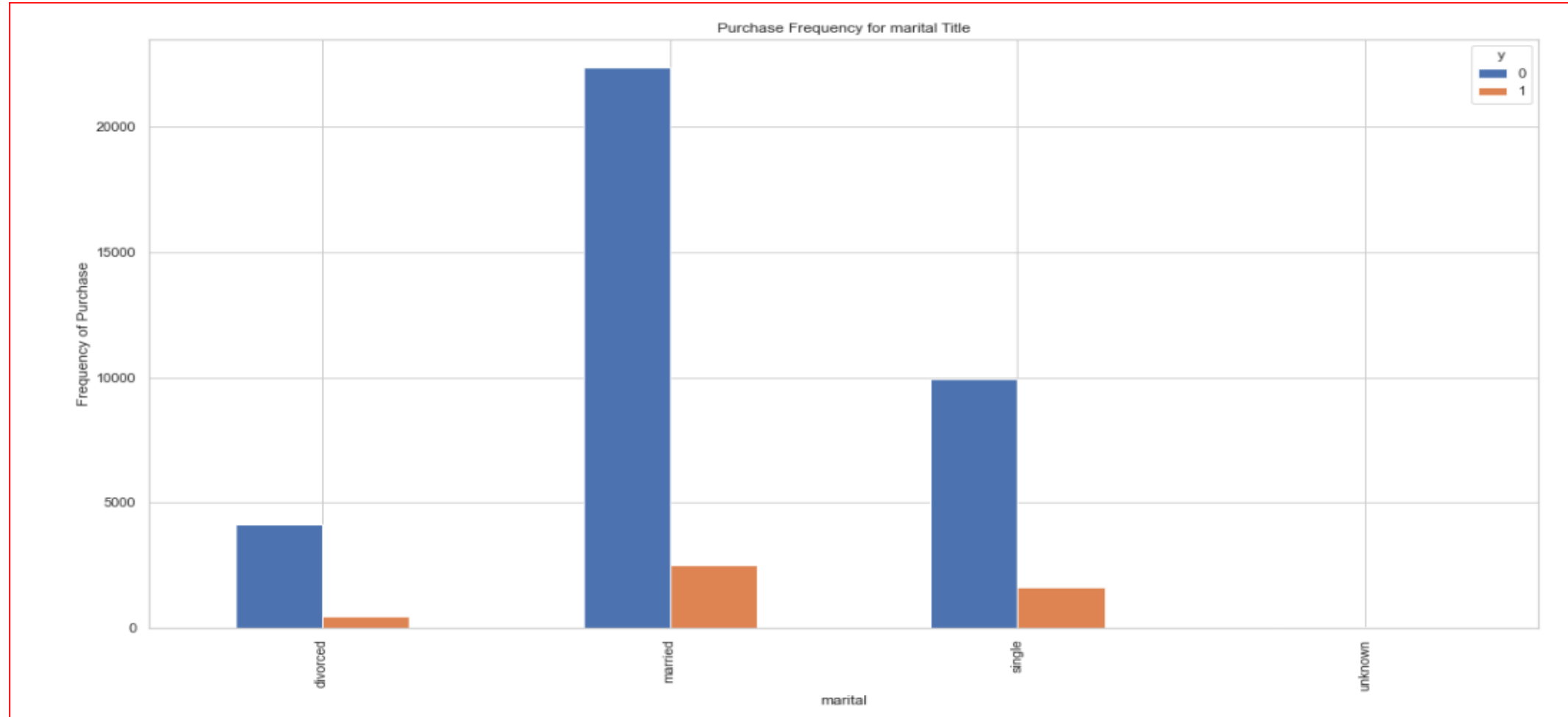
En el análisis de la variable de edad Vs y (Aceptación o no), vemos que el producto se ofrece con mayor frecuencia a las personas con edad entre los 27-50 años de edad. Tiene mayor aceptación en las personas de 31 años de edad. Las personas con edad superior a 60 años no son atractivas para el banco para ofrecer el producto.

Variable = Job



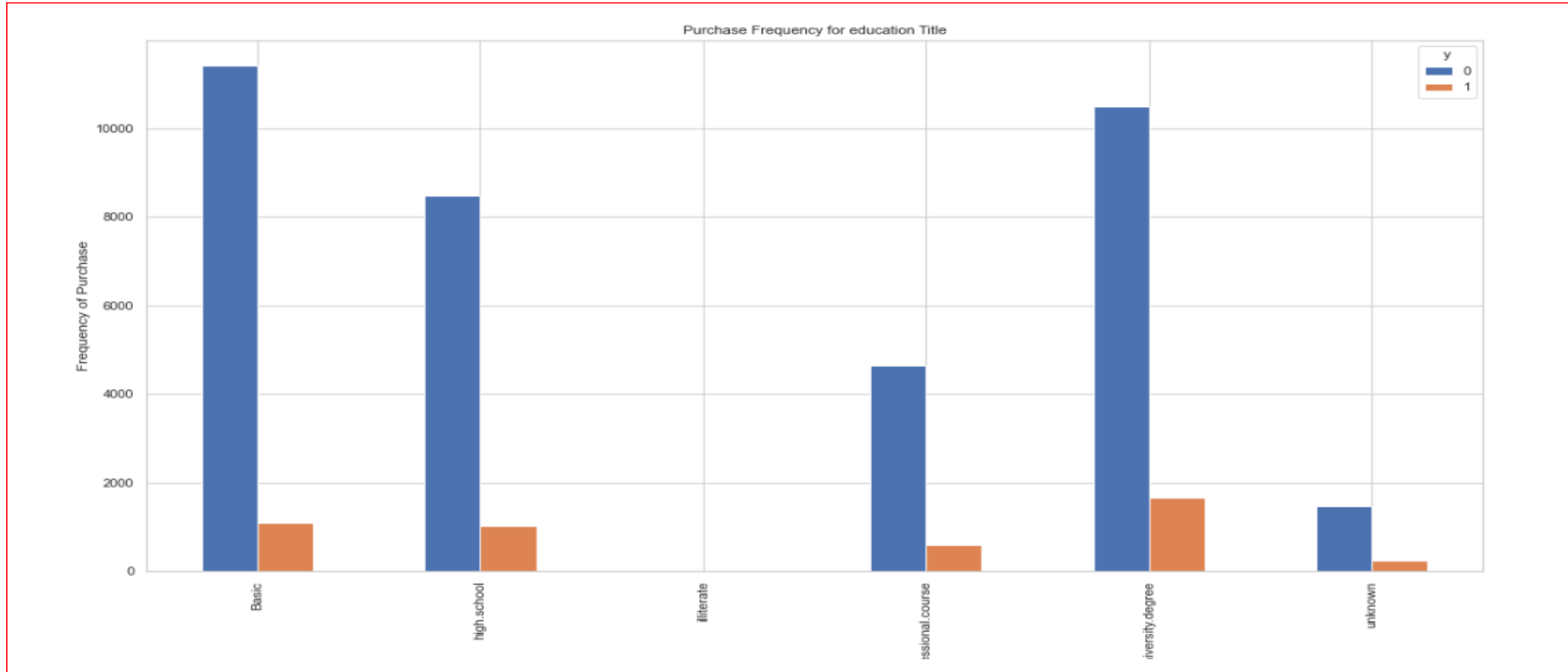
Los empleos de administración, bleu collar y técnicos, tiene una mayor frecuencia de ofrecimiento del producto del banco. Estos también tiene la mayor frecuencia de aceptación. Un estudiante tienen una frecuencia de aceptación muy alta del producto en proporción a la cantidad de ofertas. La personas con trabajos desconocidos no toman el producto ofrecido por el banco.

Variable = marital



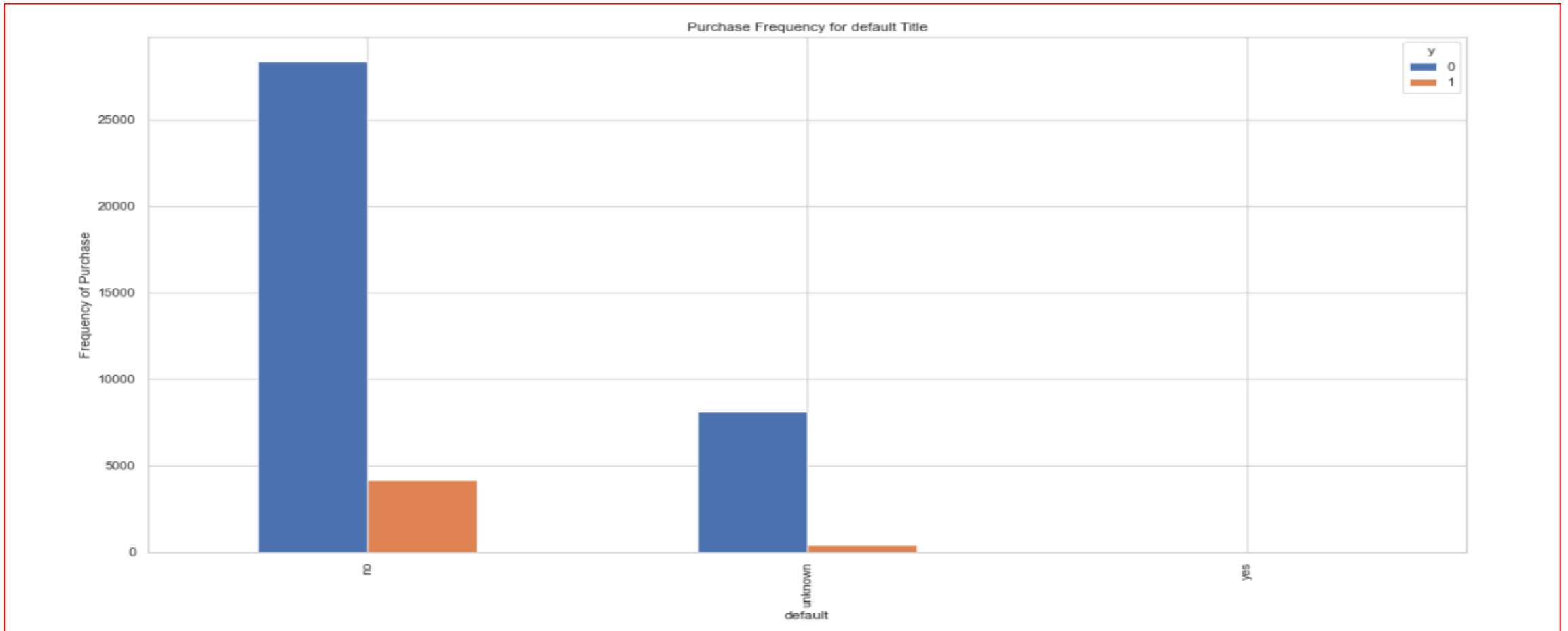
De acuerdo a la información las personas casadas tiene una mayor frecuencia de ofrecimiento del producto por parte del banco, también la mayor aceptación de este. Las personas divorciadas menor frecuencia de contacto y menor aceptación en tomar el producto.

Variable = education



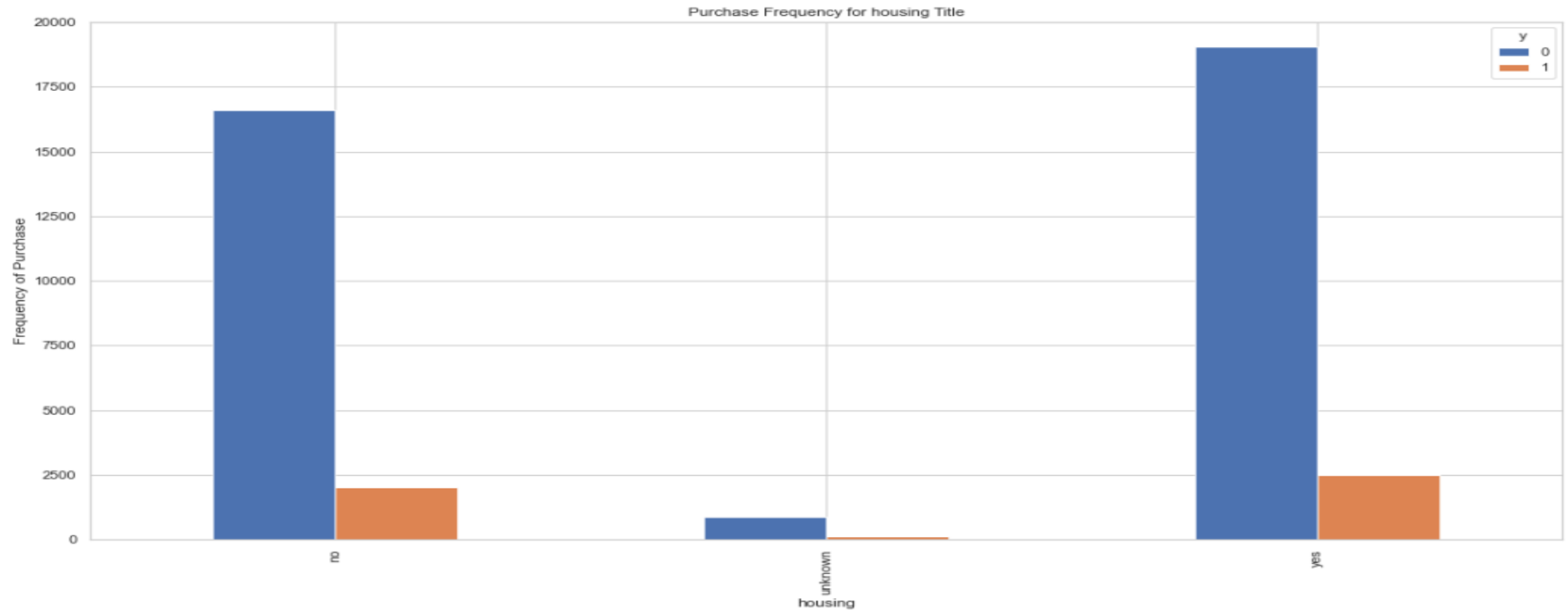
El banco tiene una mayor frecuencia de contacto a personas con grado de educación básica, seguido a personas con grados universitarios. Las personas con grado universitario son los que tiene una frecuencia de aceptación en tomar el producto. La personas que tiene preparación desconocida tiene la mas baja frecuencia de contacto por el banco y aceptación del producto.

Variable = default

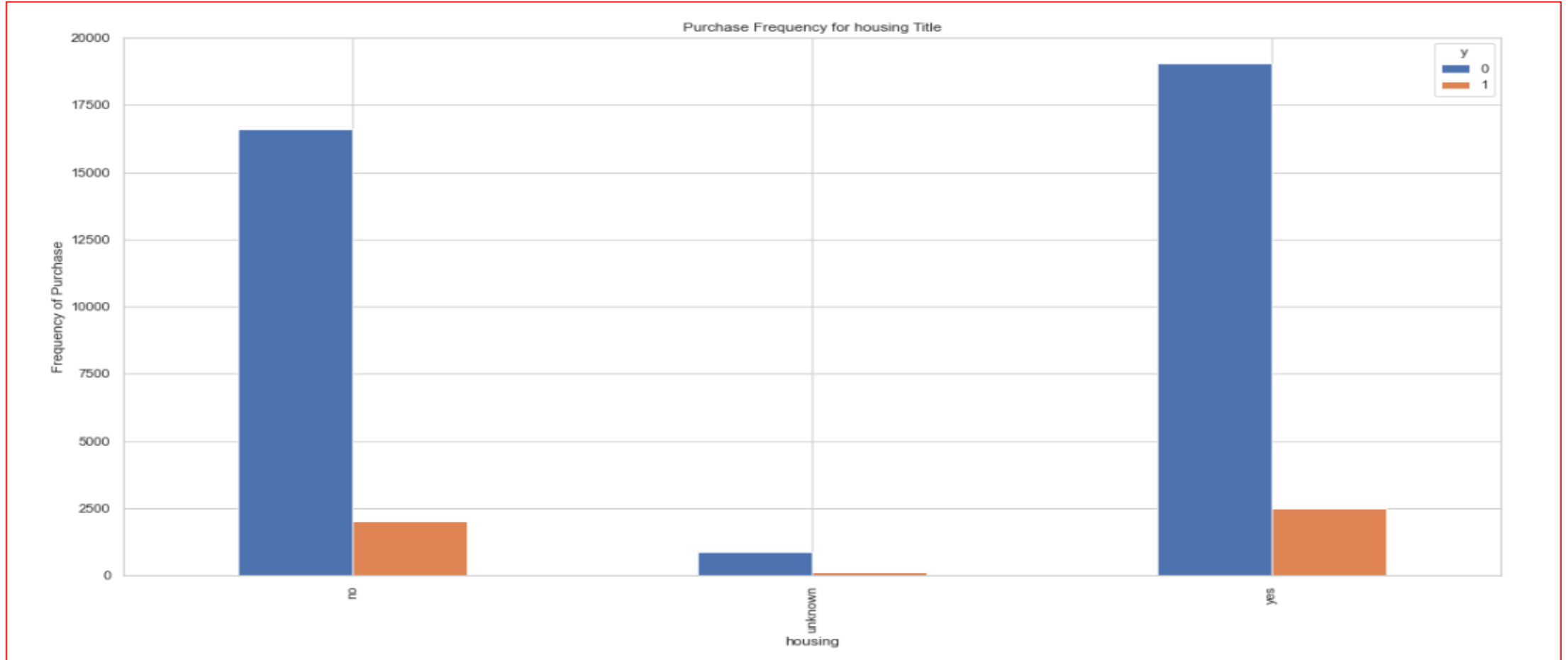


Las personas que no tienen riesgo de mora o pago en los registros del sistema financiero son las contactadas con mayor frecuencia por el banco para ofrecer el producto. Estas son también las que tiene un mayor aceptación.

Variable = default

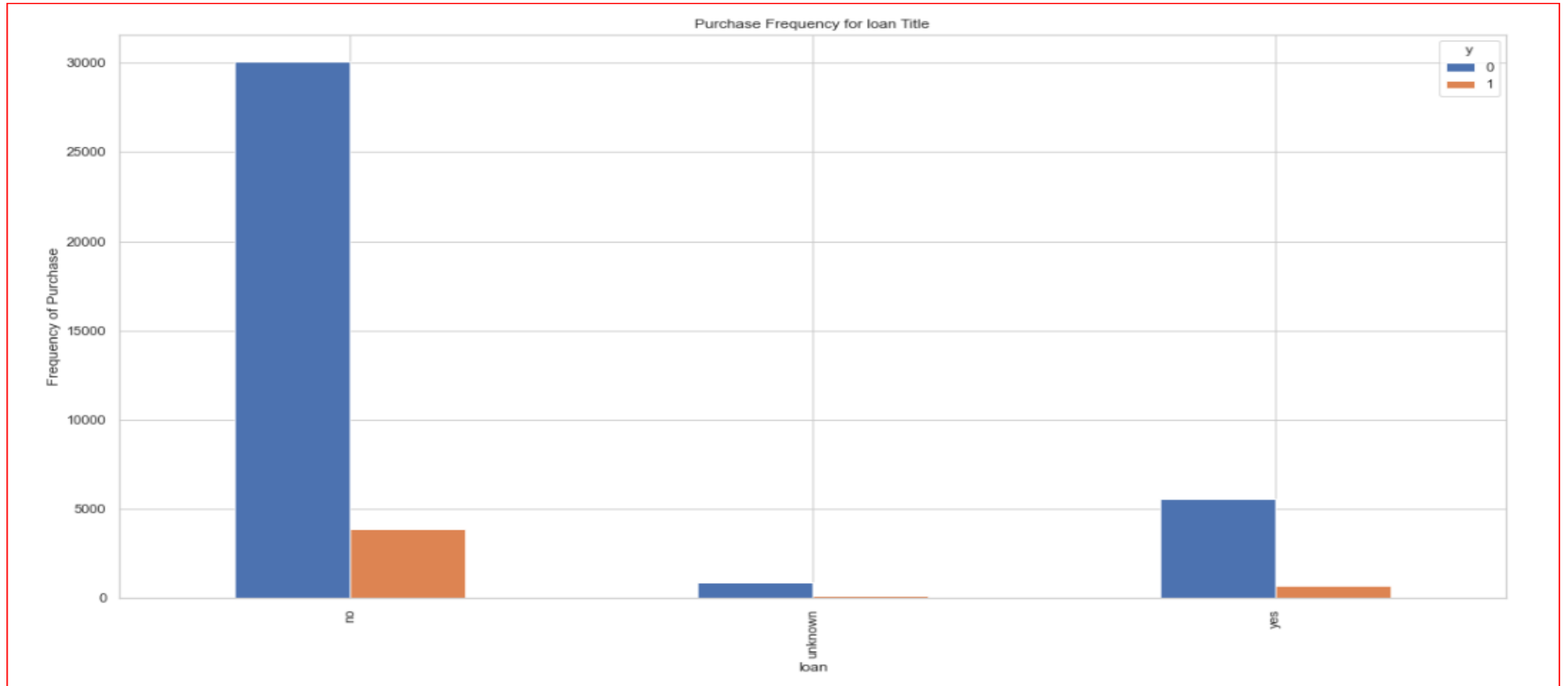


Variable = housing



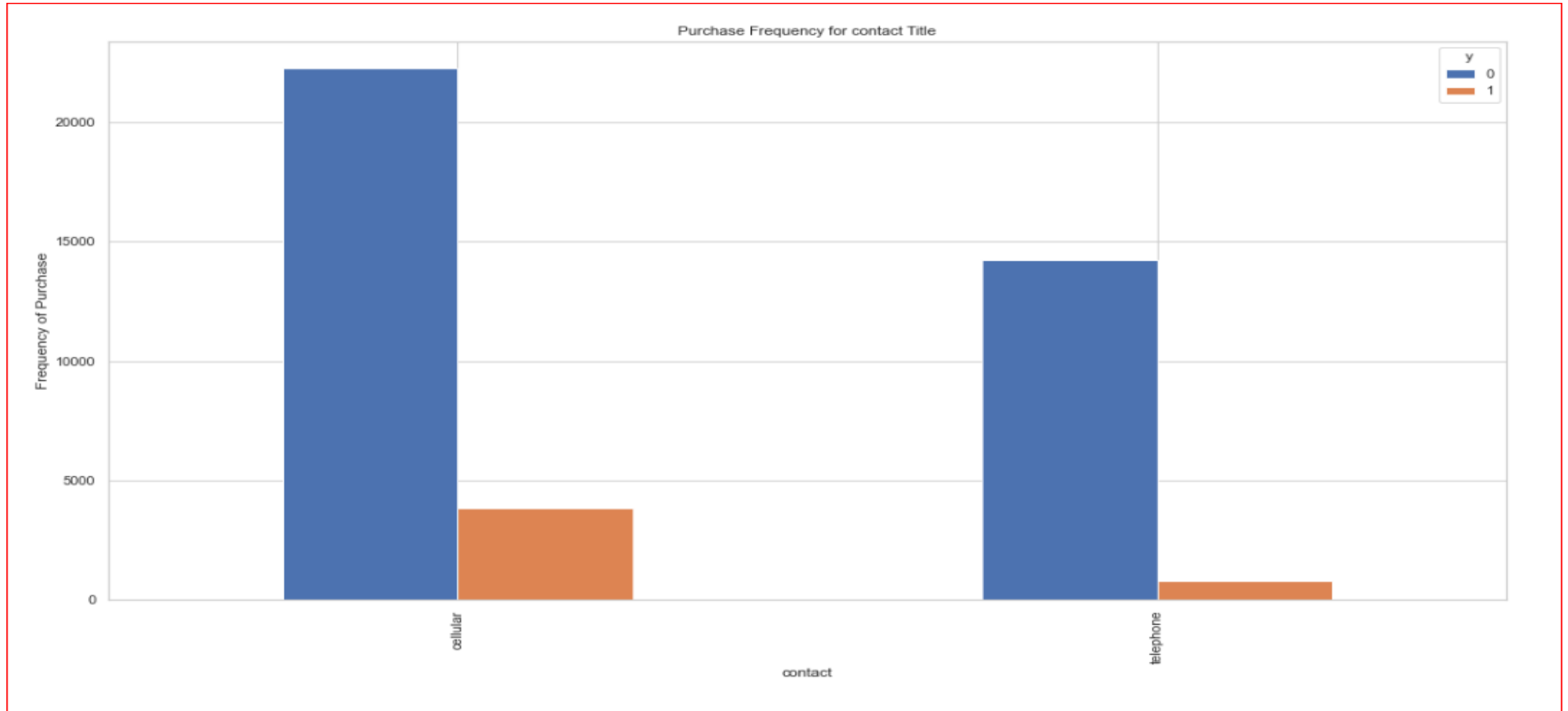
El banco contacta con mayor frecuencia a las personas con crédito hipotecario para ofrecerles los productos, sin embargo la proporción de aceptación de acuerdo a las frecuencias de contacto tanto para personas con crédito y sin crédito hipotecario es similar en porcentaje.

Variable = loan



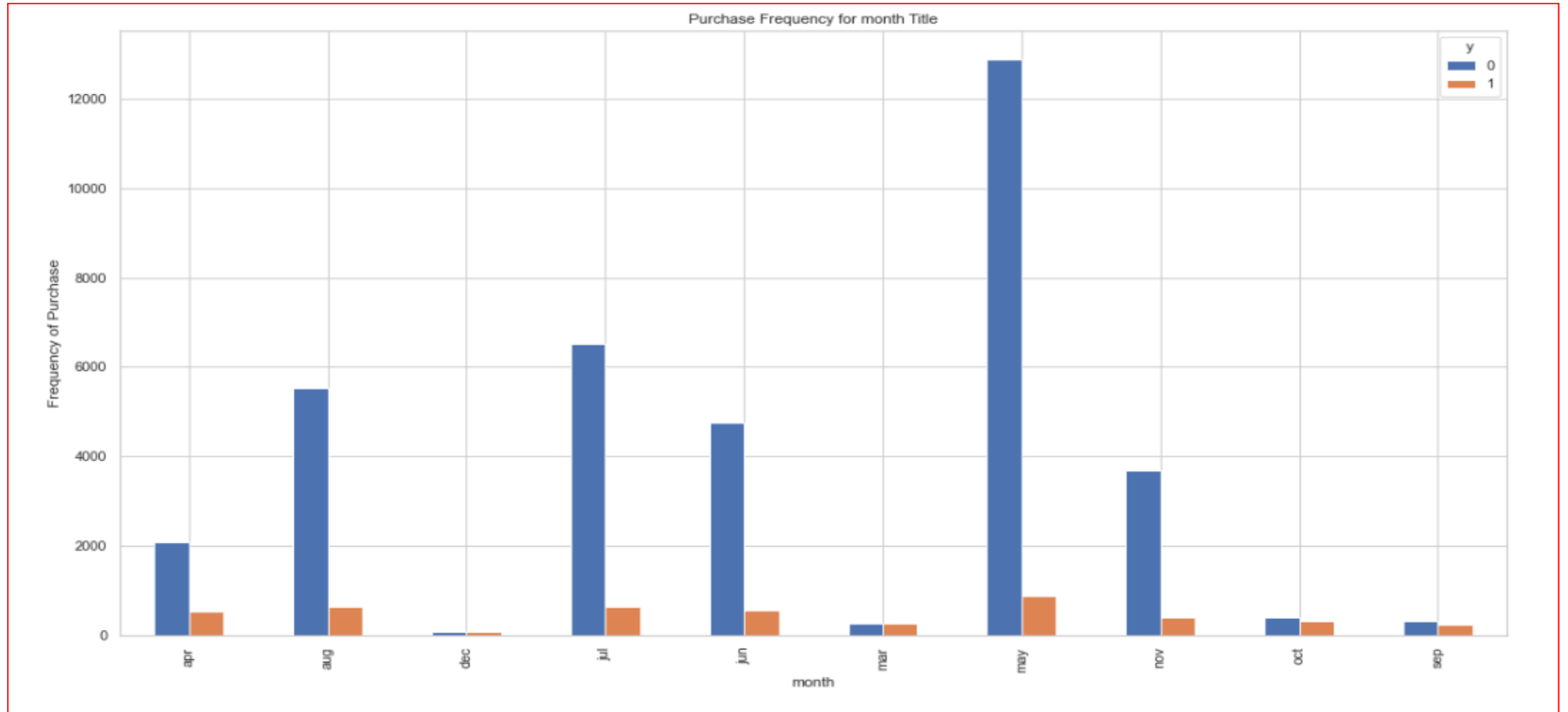
Las personas que no tienen prestamos son las que mayor contacta el banco para ofrecer los productos y son las que mayor aceptan el producto propuesto por el banco.

Variable = Contact



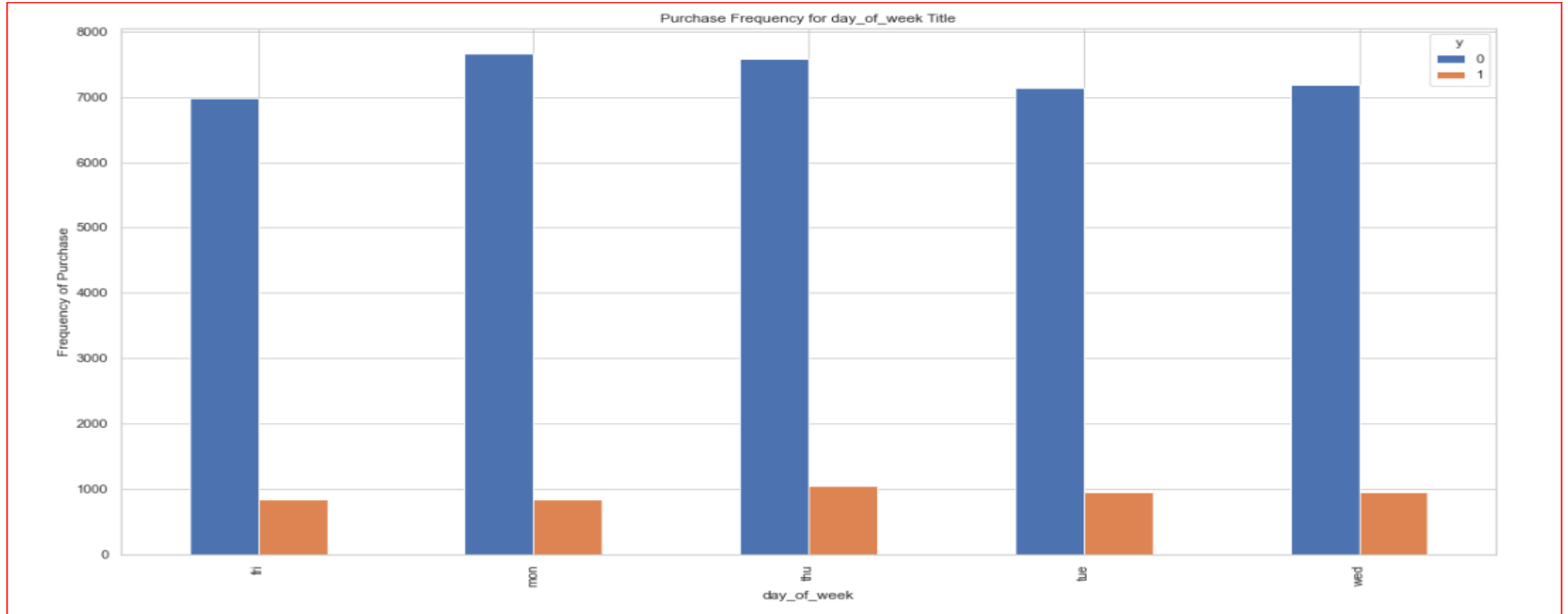
El contacto del banco hacia las personas para ofrecer los productos es por vía celular, de igual modo las personas aceptan mas el producto por este medio.

Variable = month



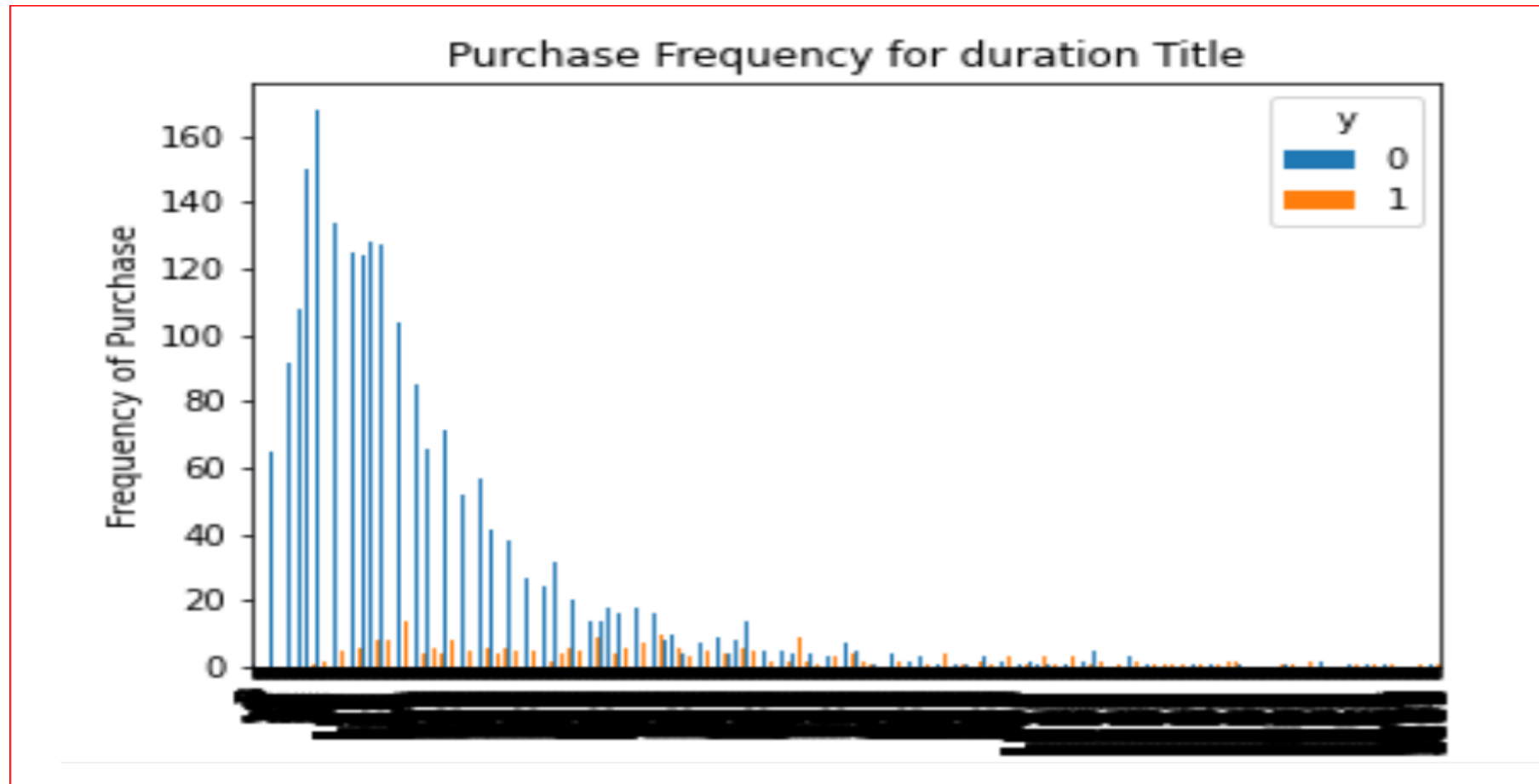
Los bancos tiene mayor frecuencia de ofrecer los productos en el mes de mayo y una frecuencia de mayor compra o aceptación de los productos. Los meses marzo, septiembre , octubre, diciembre, son los meses de menor frecuencia de ofrecimiento de productos, pero su proporción de aceptación o compra y rechazo por las personas en estos meses son similares.

Variable = day_of_week



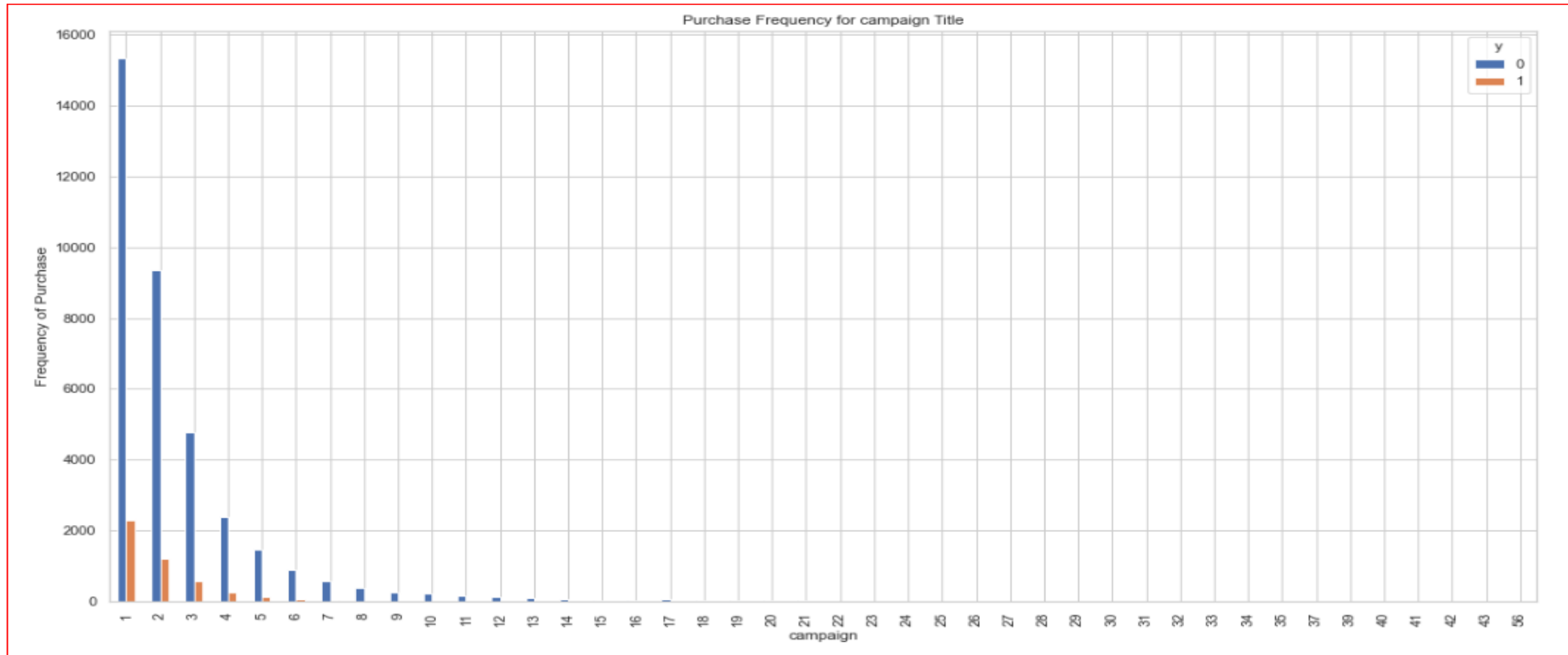
Los bancos tiene una frecuencia similar para ofrecer los productos en todos los días de la semana. El Lunes tiene la frecuencia de mayor ofrecimiento y el marte la frecuencia de mayor aceptación de productos por parte de las personas.

Variable = duration



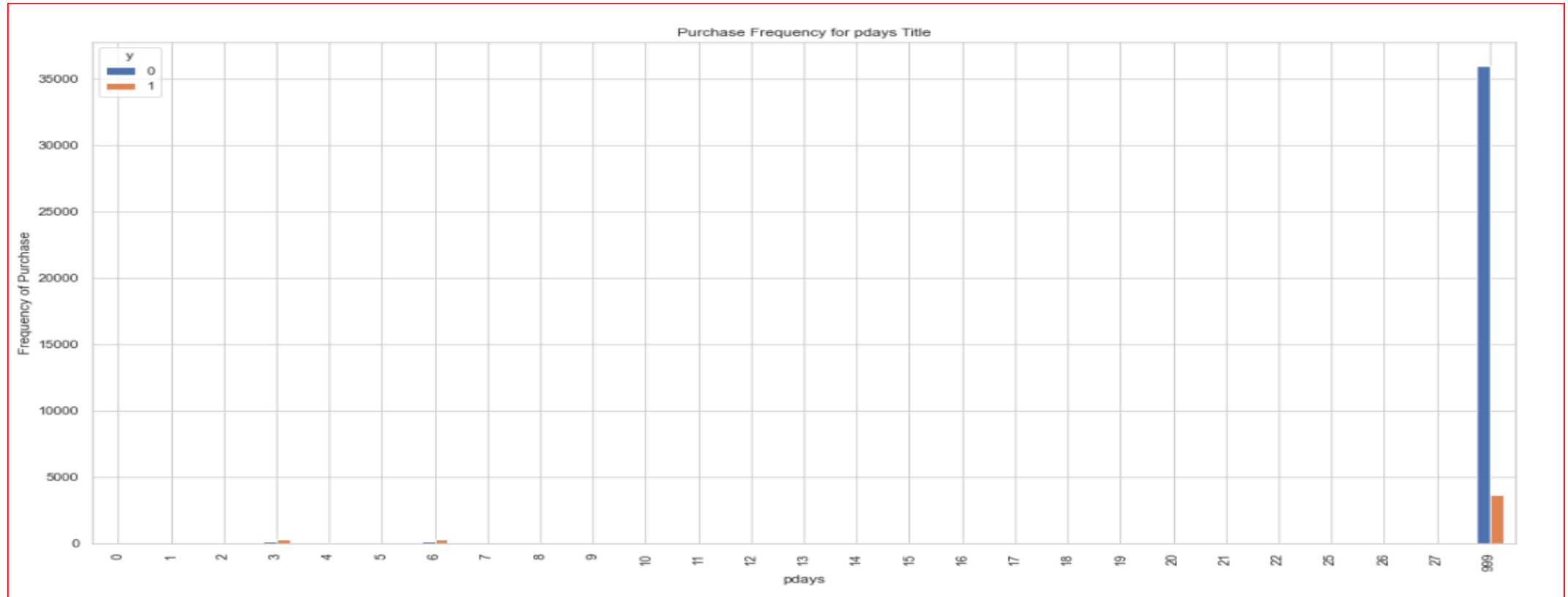
Es una variable numérica continua, no se puede analizar el tiempo de duración con aceptación (1) o rechazo (0) del producto ofrecido por el banco . No hay valores repetido con frecuencia.

Variable = campaign



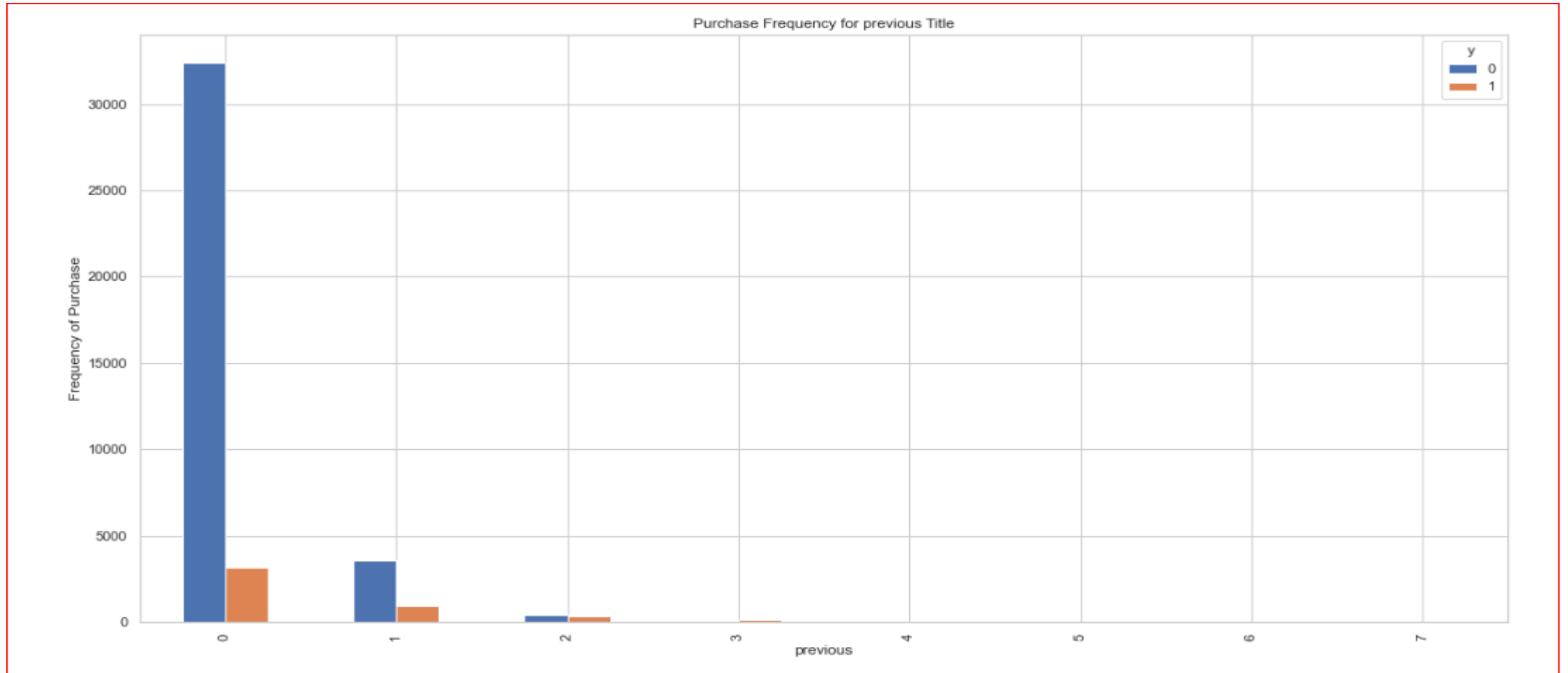
La mayor frecuencia de contacto de clientes es en la primera campana de oferta del producto, también se tiene una mayor frecuencia de aceptación del producto. A medida que aumenta el número de campanas, disminuye la frecuencia de contactos y ofrecimiento del producto.

Variable = pdays



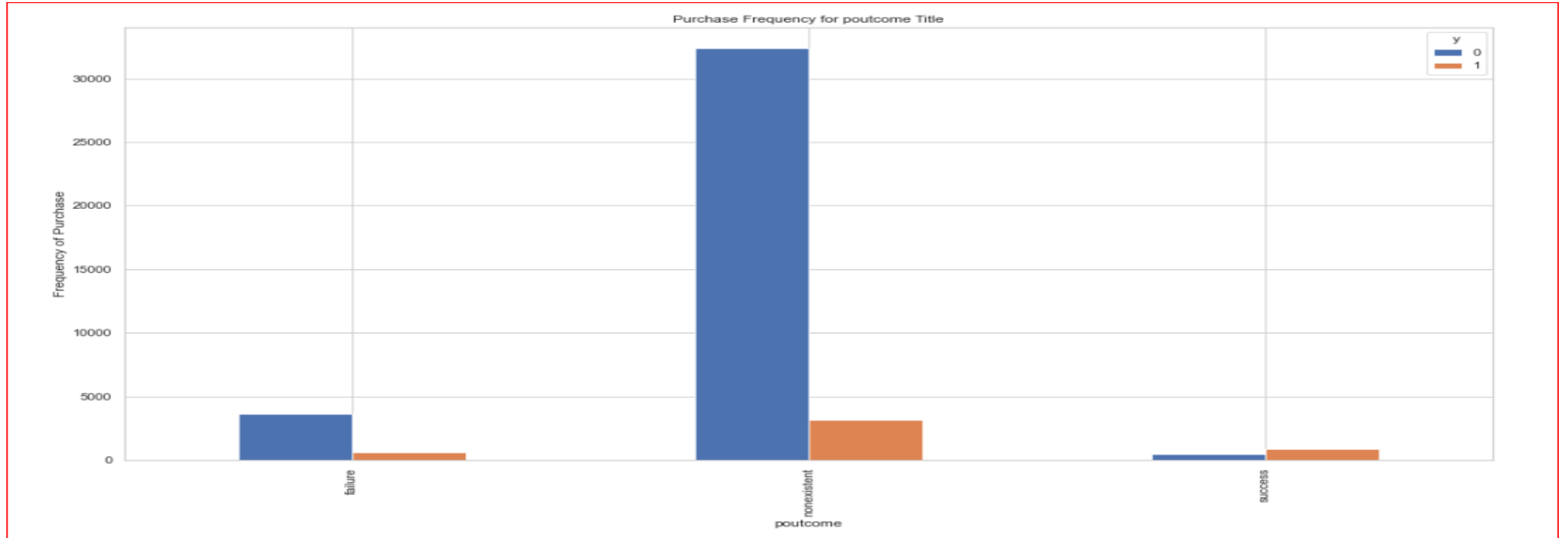
Los bancos contactan con mayor frecuencias a las personas que no han sido contactadas previamente en campanas anteriores. Son las que aceptan o compran con mayor frecuencia los productos.

Variable = previous



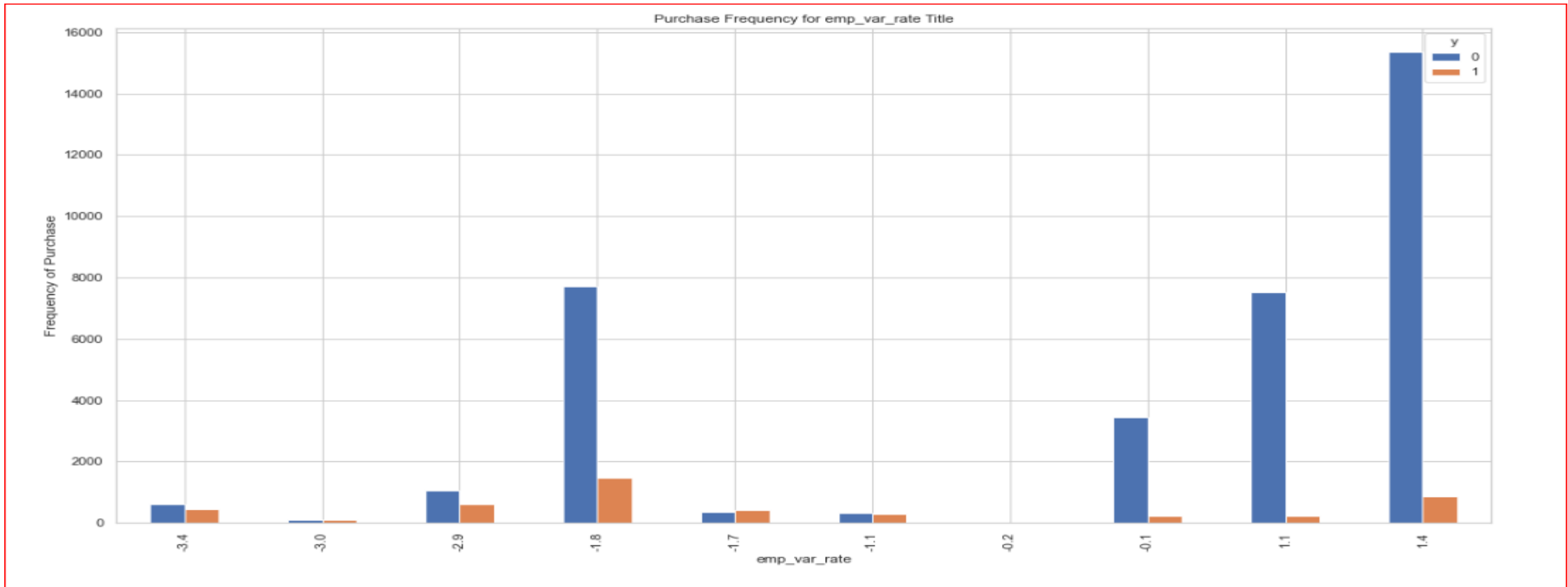
Los bancos contactan con mayor frecuencia a las personas o compañías que no han sido contactadas para ofrecer una campaña. Estas personas o compañías son las que compran con mayor frecuencia los productos. Las personas o compañías que han sido contactadas hasta dos veces para ofrecer una campaña genera compra del producto, sin embargo en adelante no compran.

Variable = poutcome



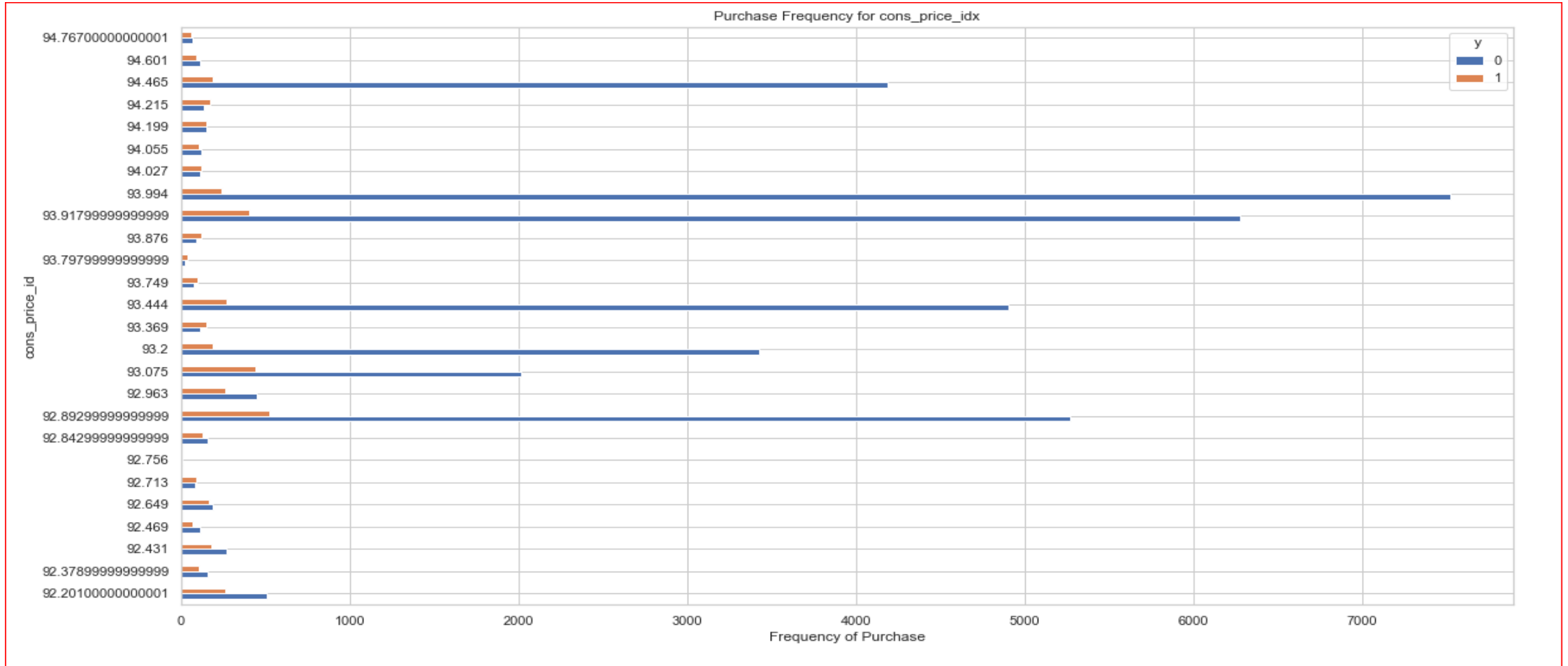
Las campanas inexistentes son las que tiene mayor frecuencia para contactar a personas o compañías y ofrecer los productos. También son las de mayor frecuencia de compra de los productos por parte de los clientes. El resultado de la ultima campana tiene mayor frecuencia de no éxito.

Variable = emp_var_rate



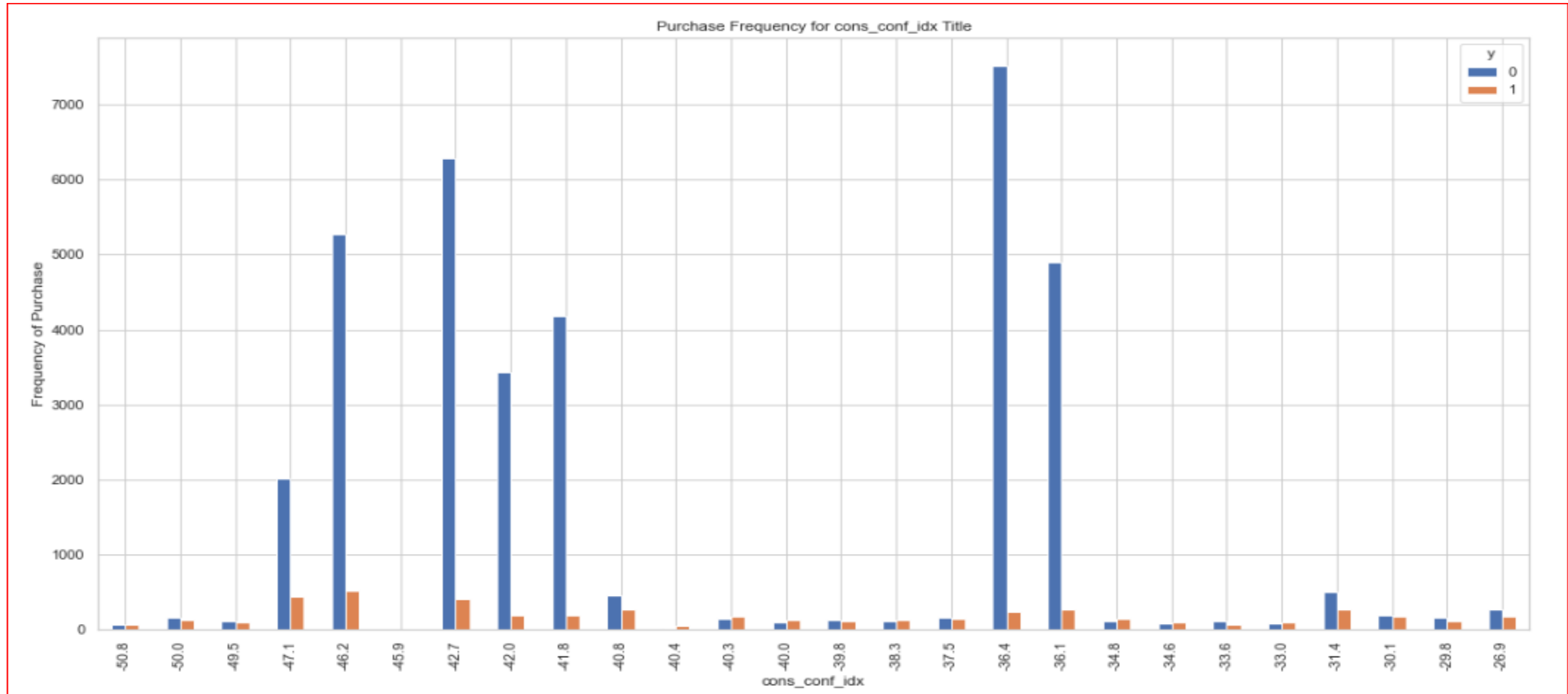
Se presenta una mayor frecuencia de ofrecimiento de productos de los bancos cuando la tasa de variación de empleo es mayor o crece, en este escenario hay compra de productos. Sin embargo, la mayor frecuencia de compra de productos se presenta cuando la tasa de variación de empleo es pequeña en el trimestre.

Variable = cons_Price_idx



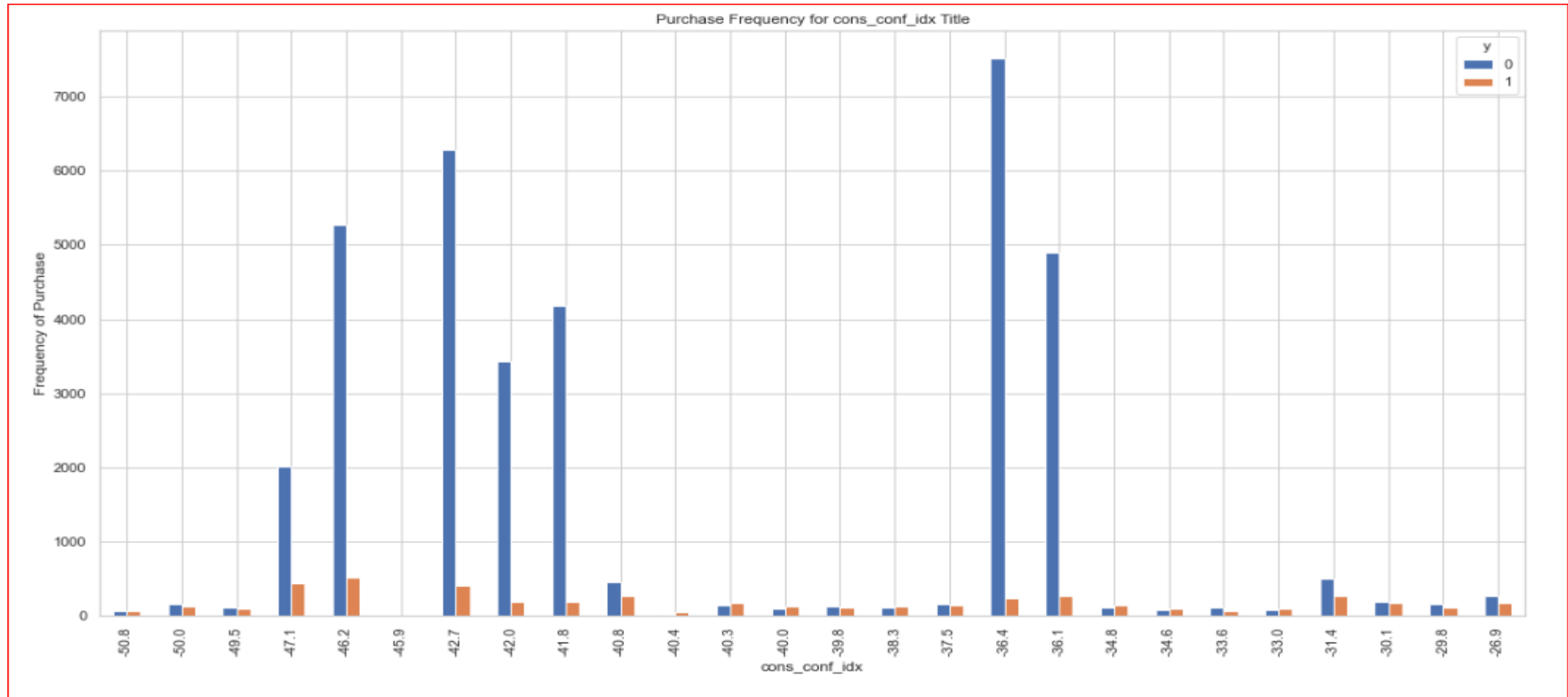
Se presenta mayor frecuencia de rechazo de los productos cuando el índice de precio del consumidor mensual tiene valor de ~93.994. Para valores de 93.91, 93.07, 92.89 tiene una mayor frecuencia de compra de productos por parte de los clientes.

Variable = cons_Price_idx



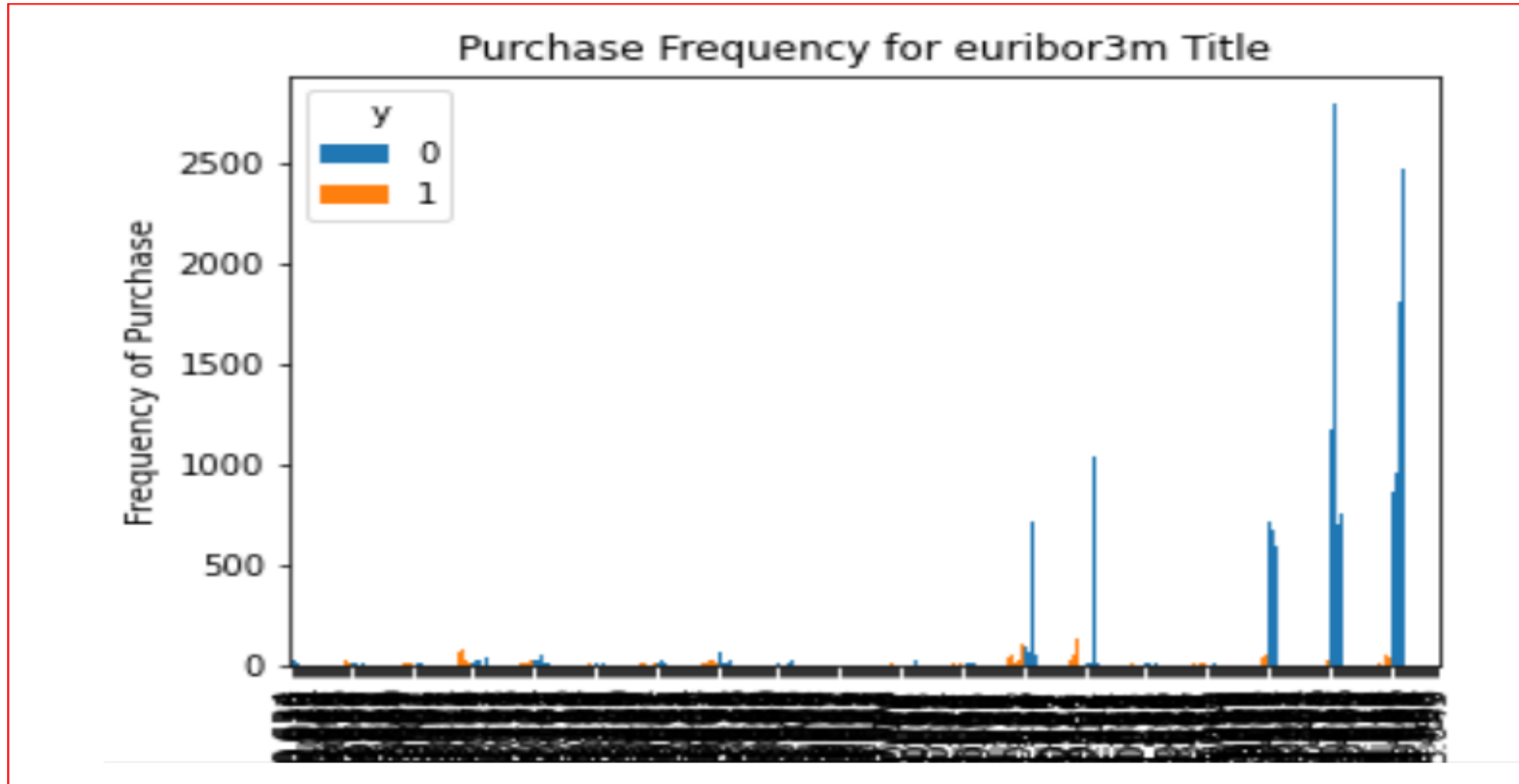
Se presenta mayor frecuencia de rechazo d ellos productos cuando el índice de precio del consumidor mensual tiene valor de -36.1 , sin embargo para valores de -46.2 tiene una mayor frecuencia de compra de productos por parte de los clientes.

Variable = cons_conf_idx



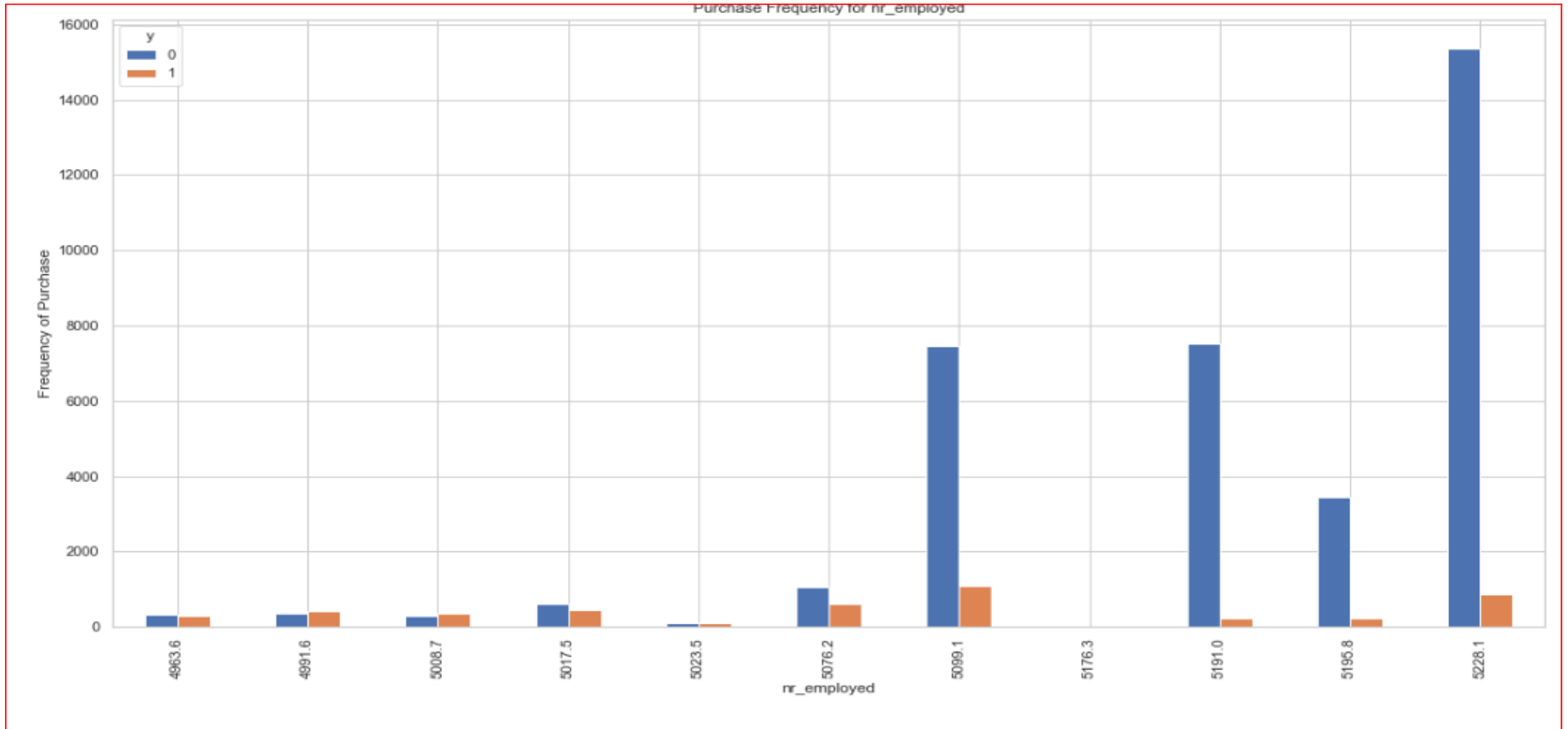
Se presenta mayor frecuencia de rechazo de los productos cuando el índice de confianza del consumidor mensual tiene valor de -36.1, sin embargo para valores de -46.2 tiene una mayor frecuencia de compra de productos por parte de los clientes.

Variable = euribor3m



Se presenta una mayor compra o aceptación de los productos para una tasa de interés trimestral baja. Hay mayor frecuencia de rechazo para tasas de entres altas.

Variable = nr_employed



Se presenta mayor frecuencia de contacto para un numero de empleados de 5228. sin embargo , también se presenta la mayor cantidad de rechazos de los productos. La mayor aceptación o compra de productos se tiene para un numero d empelados de 5099.