

Unidad	2
Entrega	Documento en Jupyter Notebook

1. Enunciado

Los correos a todos los potenciales clientes de un producto no son una estrategia de marketing efectiva, ya que muchos de ellos no están interesados. Identificando a los más propensos a contratar el producto se podría dirigir la campaña de marketing con mayor precisión y reducir su coste.

La compañía financiera ofrece seguros, créditos, etc., y nos proporciona un listado de clientes a los que ha dirigido una campaña de marketing ofreciendo el nuevo producto "Seguro Vivienda". En el fichero se encuentran los datos de dichos clientes, así como información de otros productos ya contratados y si contrataron el nuevo producto o no. También se dispone de un fichero con información sociodemográfica asociada a diferentes zonas de residencia.

Se pide que planifiquemos una campaña más efectiva sobre un segundo conjunto de clientes, para lo que utilizaremos el primer conjunto a fin de construir modelos predictivos que usaremos sobre el segundo conjunto para seleccionar los clientes más propensos a contratar el producto. Una vez seleccionados los candidatos, la compañía les ofrecerá el producto y medirá la eficacia del modelo según la proporción de ellos que lo contratan.

A partir del Jupyter Notebook que se acompaña, completa cada uno de los siguientes apartados, completando el código indicado y respondiendo a las cuestiones planteadas.

1. Cruce de datos
2. Estudio de datos
3. Selección de variables
4. Transformación de variables
5. Entrenamiento del modelo
6. Evaluación del modelo

2. Detalles de la entrega

- Completa el Jupyter Notebook entregado, respetando la estructura planteada.
- Subir de forma individual el documento a la actividad del campus virtual.

3. Anexo

1. Jupyter Notebook: Actividad 1. Ipynb
2. Dataset de test: Clientes_test.csv
3. Dataset de entrenamiento: Clientes_train.csv
4. Archivo de datos: environment.yml
5. Dataset de zonas: Zonas.csv