

Conclusiones

Tras la importación y limpieza del dataset, se observó que la mayoría de clientes contactados por el banco no contrató el depósito a plazo (alrededor del 88%), por lo que la campaña tuvo una tasa de éxito baja.

El cliente típico del conjunto de datos tiene alrededor de 41 años, está casado y posee principalmente estudios secundarios. Los sectores laborales más comunes son blue-collar y management. La mayoría de los clientes no presenta impagos y cuenta con vivienda financiada.

Se detectaron valores atípicos en el balance bancario, así como muchos casos donde no hubo contacto previo registrado, lo que sugiere que parte de los registros provienen de primeras campañas o falta de historial.

En general, los datos muestran que mejorar la segmentación y el enfoque de las llamadas podría ayudar a aumentar la tasa de conversión. También sería recomendable considerar el desbalance en la variable objetivo si se aplican modelos predictivos más adelante.