

# La Pesca en Cuba

Alberto E Marichal Fonseca

Dalia Castro Valdes

2024



## Descripción del dataproduct

Cuenta con cuatro páginas principales "*Inicio*", "*Económico*", "*Empresas*" y "*Leyes*".

- **Inicio:** En esta página se indican las formas de navegar en nuestro dataproduct, en la sección '*Extras*' se encuentra alojado nuestro postcast y las historias de pescas.
- **Económico:** En esta página se brinda el total de capturas de las diferentes especies de peces en Cuba (individuales y en conjunto) desde el año 2001 al 2023. También se ofrece una tabla dónde usted pueda filtrar por la cantidad de especies y saber en que año ocurrieron esas cifras. Más adelante se encuentra la secciones de exportación e importación donde de forma paralela se encuentra todo lo referido a estos. La subsección dedicada a los Productos Internos Brutos (PIB) a precios

constantes y corrientes; donde podrá realizar comparativas, ver evolución en el tiempo los porcentos que representa la pesca. Entre otros.

- **Empresas:** Acá se tiene el conjunto de las principales empresas pesqueras de Cuba junto con las pequeñas y medianas empresas (mypimes), de estas se puede observar la relación y porcentajes que existen entre la cantidad por provincias y hacer comparativas.
- **Leyes:** Se hizo una recopilación de todas las leyes de la República de Cuba que estuvieran relacionadas con la pesca con las cuales puedes jugar tanto como quieras.

Al final de cada una de las páginas principales se encuentra un **input**.

Realizado con la intención de mantener la comunicación con nuestra audiencia “el pueblo de Cuba”, para que todos puedan aportar su opinión. En caso de ser posible alguna sugerencia será agregada. Los mensajes nos llegan a nosotros, los desarrolladores, a través de un bot de Telegram (realizado solo para este propósito) de manera anónima.



***Input de sugerencias:*** Captura de pantalla.

### ***¿Dónde se extrajeron los datos?***

Este dataproduct se realizó con datos de la ONEI y de la página oficial de la gaceta en Cuba. Con la excepción de los valores del 2023 usados en la página “Económico”, sección peces, exportaciones e importaciones que fueron predichos por nosotros usando modelos de regresión polinomial.

### ***¿Cómo se obtuvieron los datos?***

- **ONEI:** Se descargaron los excel necesarios de manera manual para realizar el proyecto, posteriormente transformados a csv o json.

- **Gaceta oficial:** Para la obtención de los datos se realizó web scraping para extraer los datos de manera automatizada sobre las resoluciones que están relacionadas con la Pesca en Cuba.

### ***¿Cómo se realizó?***

- Lenguaje de programación: **Python**
- Biblioteca principal: **Streamlit**.
- Para el manejo de datos: **Pandas** y **NumPy**.
- Para visualización: **Matplotlib**, **Seaborn** y **Plotly**.
- Para generar los mapas: **Folium**
- Para el web scraping: **BeautifulSoup**, **request** y **la API de scraperapi**
- Para los modelos de regresión polinomial: **Sklearn**
- Para el bot de Telegram: **pyTelegramBotAPI**
- Para las analíticas de streamlit: **streamlit\_analytics**
- Analíticas de la web: **Piwik.pro**

### ***¿Qué se asumió?***

- La página oficial de la gaceta de Cuba muestra el estado de las resoluciones “Derogadas o Modificadas”. Al realizar el web scraping algunas resoluciones no decían su estado y se asumió que si esto ocurría era porque la resolución se encontraba vigente.
- No se hizo predicciones para el 2024, ya que este aún no ha concluido.

### ***¿Qué se dejó por analizar?***

Debido a los pocos datos encontrados sobre la pesca deportiva en Cuba se decidió que no sería analizado hasta obtener dichos datos.

### ***Aclaraciones sobre la campaña promocional***

La campaña comenzó el primero de agosto con el objetivo de darle un mes de promoción, por lo tanto concluyó el primero de septiembre.

Se crearon cuentas en **X**, **Instagram** y **Facebook**.

***¿Qué ocurrió en cada una de estas?***

En **X** ocurrió que al crear una cuenta nueva, esta recibía nula visibilidad a los contenidos publicados desde esta plataforma.

En **Instagram** se usaron las cuentas personales que ya tenían algunos seguidores previos (ventajas sobre la cuenta de X), se pensó que iba a tener mejores resultados. No fue así, debido a que Instagram no permite poner links (azules) a no ser que se cuente con una cuenta verificada o con mas de 10mil seguidores. Por lo tanto tampoco pudimos recibir visitas de parte de esta plataforma.

En **Facebook** tuvimos mejor suerte porque permite postear publicaciones con links (azules), así como entrar en grupos de gran cantidad de personas, lo cual facilita una mayor visualización. Debido a que al publicar en muchos grupos las cuentas son baneadas, se publicó en 4-5 grupos diario para evitar las dificultades presentadas anteriormente en las otras plataformas digitales, solo nos enfocamos en esta.