



Comunicación

277

PLATAFORMA DE SINDICACIÓN DE CONTENIDOS PARA LA GENERACIÓN DE PORTALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA: MULTIORTALES

Jorge Rubio Navarro

Director de Estrategia y Tecnología

Sociedad Estatal de Gestión de la Información Turística (SEGITUR)

Ana Román Riechmann

Subdirectora General de Sistemas de la Información

Ministerio de la Presidencia

(durante el proyecto: Subdirectora Adjunta de Planificación y Coordinación de las Oficinas Españolas de Turismo- TURESPAÑA)

Patricia Miralles Marugán

Responsable de Proyectos Sectoriales

Sociedad Estatal de Gestión de la Información Turística (SEGITUR)

Antonio Vila

Architecture Manager

Microsoft

Palabras clave

Sindicación, agregación, gestión de contenidos, multiportales, multi-idioma, generador de portales.

Resumen de su Comunicación

La personalización de los portales de promoción turística es una cuestión que cuenta con una mayor importancia a la hora de diferenciarse del resto de los competidores, dado que es vital enfocar la oferta turística del país a los gustos y preferencias del mercado origen o bien adecuarlo a un segmento de la población con unas necesidades de información diferenciales del resto.

Por tanto, desde Turespaña se ha planteado la necesidad de desarrollar unos portales web dirigidos a los mercados origen, donde España tiene Oficinas de Turismo, de forma que el turista pueda encontrar aquellos productos turísticos que sean más adecuados a su perfil, pero sin perder la unicidad de marca, de sistemas tecnológicos y de información turística.

Para ello se ha desarrollado por parte de SEGITUR una plataforma de sindicación de contenidos para los portales turísticos, denominada Multiportales, que permite la generación de portales, con una estructura de información común y una personalización de canales a las preferencias del mercado. Asimismo pueden, mediante el gestor de contenidos, modificar y crear contenidos propios así como un aprovechamiento de la información ya generada para el portal www.spain.info. Todo esto en su propio idioma.

Además, esta plataforma se ha estandarizado, permitiendo la creación de portales de promoción turística, de forma rápida y barata, para los países que quieran incentivar el sector turístico como motor de su economía

PLATAFORMA DE SINDICACIÓN DE CONTENIDOS PARA LA GENERACIÓN DE PORTALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA: MULTIPORTALES

1. Antecedentes

El turismo es una actividad compleja que exige la interacción de múltiples empresas y/o instituciones para la configuración de productos y servicios turísticos. El turismo convencional español se caracteriza por productos muy populares como el sol y playa, estacionalidad fija, escasa oferta complementaria, exceso de oferta hotelera en base a “resorts turísticos”, formas de organización y comercialización en torno a paquetes turísticos operados por grandes mayoristas internacionales a unos precios muy competitivos.

Esta situación propicia que los destinos turísticos se estén planteando la utilización de las TICs para la promoción y comercialización, la mejora continua de la oferta hotelera, y la diversificación de la oferta turística.

Por tanto, nos encontramos con que la personalización de los portales de promoción turística es una cuestión que va adquiriendo una mayor importancia para poder diferenciarse del resto de sus competidores, dado que es vital enfocar la oferta turística del país o la región a los gustos y preferencias del mercado origen o bien adecuarlo a un segmento de la población con unas necesidades de información diferenciales del resto.

De manera que se plantea desde Turespaña la necesidad de desarrollar una serie de portales web dirigidos a los diferentes mercados origen, donde España tiene Oficinas de Turismo, de forma que el potencial turista pueda encontrar aquellos productos y/o servicios turísticos que sean más adecuados a su perfil, para ello se ha desarrollado por parte de SEGITUR una plataforma de sindicación de contenidos para los portales de promoción turísticos, denominada Multiportales.

Asimismo, esta plataforma se ha estandarizado, permitiendo el desarrollo de portales de promoción turística, de forma rápida y barata, para aquellos países que quieran incentivar el sector turístico como motor de su economía, con la finalidad de mejorar su desarrollo económico y social, mediante la generación de ingresos, la atracción de inversión extranjera, y la creación de empleo.

2. Objetivos

El principal objetivo de este proyecto se centran en la creación, desarrollo y puesta en marcha de portales de promoción turística de España, en un entorno personalizado adecuado a los gustos y preferencias del mercado origen o a cada segmento de la población, permitiendo, bajo una estructura de información común, destacar los contenidos que resulten más atractivos y ofrecer una serie de funcionalidades que hagan más útil para el potencial turista organizar su viaje.

Con ello, se consigue reforzar la marca España, ofrecer diferentes productos turísticos en función del mercado, poder diversificar la oferta turística y conseguir la entrada de turistas en diferentes momentos del año.

Para ello, estos portales mercado tienen un único dominio, una misma identidad, un mismo sistema tecnológico, una misma base de datos y unos canales específicos.

Alcance

El Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) definió en su Plan de Objetivos de Promoción Exterior del Turismo, la necesidad de orientarse al consumidor, convertir al turista en el centro preferente de la atención, de forma que los contenidos del portal www.spain.info se orientarán a la promoción turística pero, ahora, enfocada a la personalización del contenido en función del país de origen del turista.

Para ello, se decidió la creación de los portales mercado, como herramienta de apoyo a la promoción turística de las Oficinas de Turismo en el Exterior, de forma que se reforzará la marca y a la vez se diferenciará por mercado, mediante un único dominio, una misma identidad, un mismo sistema tecnológico, una misma base de datos y unos canales específicos.

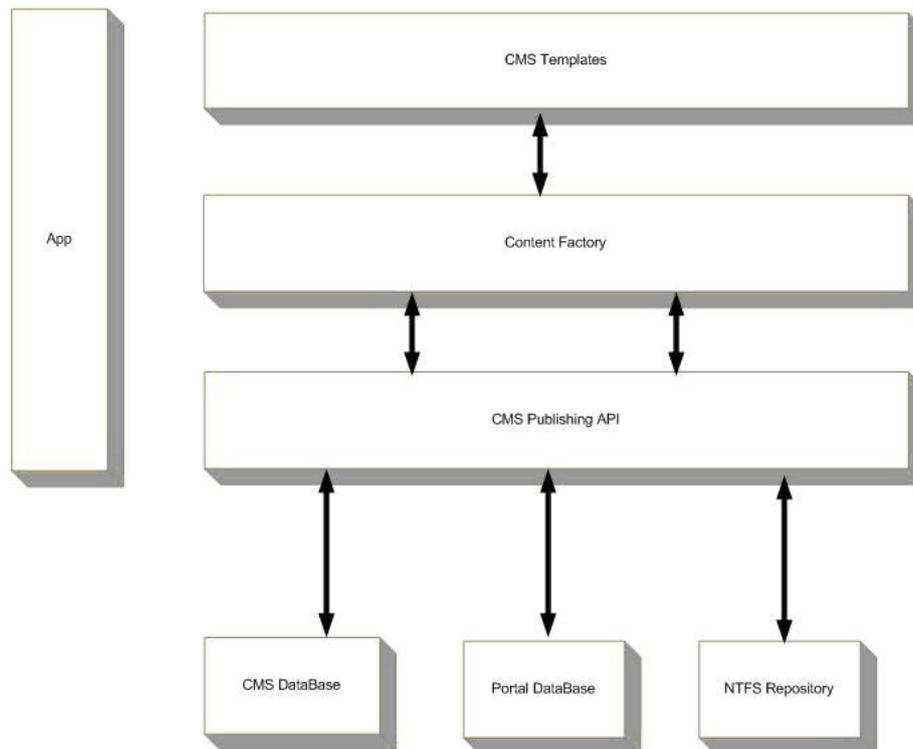
Durante el año 2005, se decidió crear cinco nuevos portales mercados en nuestros principales mercados emisores, Reino Unido y Alemania, así como en mercados emergentes, tales como China, Japón y Estados Unidos. Dentro de las funcionalidades que se ha decidido incorporar a los portales mercado en el año 2005, se encuentran aquellas que proporcionan información turística (contenido, cartografía, registro de usuario y newsletter).

A lo largo del año 2006, se ha previsto en el nuevo Plan de Objetivos la creación de nueve portales mercado, correspondientes a la zona europea, para mejorar España como destino turístico. Mientras que en este año, se ha decidido evolucionar con la incorporación de elementos de apoyo a la comercialización y herramientas de marketing (reservas online, publicidad online, patrocinio por mercado, extranet por mercado).

3. Arquitectura de la solución

3.1. Situación de partida

La situación actual sobre la que partimos para el desarrollo de esta plataforma Multiportales, es el portal de turismo www.spain.info, que se encuentra gestionado con la herramienta Microsoft Content Management Server 2002 (CMS 2002), como se muestra en el siguiente diagrama lógico:



Además, existen distintos repositorios de información, tanto relacional como directorio, utilizados por el portal para mostrar el contenido que gestiona, destacando:

- la base de datos de CMS 2002, que gestiona tanto la estructura de portal (los canales), como el contenido (las páginas), generado por los distintos editores.
- la base de datos auxiliar, utilizada por el portal para la gestión del contenido no administrado directamente por CMS 2002.
- otros repositorios utilizados para la gestión del contenido multimedia (videos, ficheros XML, etc.) y publicados a través de Internet Information Server 6.0 (IIS) para permitir el acceso desde el portal.

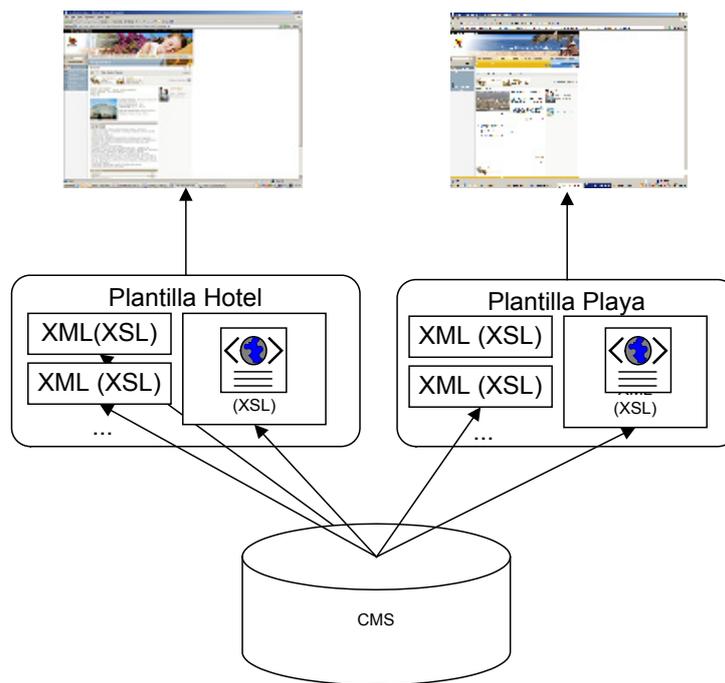
La gestión del contenido administrado por CMS 2002 puede resolverse en un entorno de desarrollo mediante la utilización del API proporcionado por el producto (API Publishing). El conjunto de clases ofrecidas por este API permiten al desarrollador de plantillas el acceso directo al contenido gestionado por la herramienta. El acceso desde las plantillas desarrolladas hacia el contenido gestionado por CMS 2002 puede resolverse mediante accesos directos, utilizando el API proporcionado por CMS 2002 o mediante la utilización de una librería de servicios que ofrezca un control de mayor nivel y, por lo tanto, permita abstraer al programador de plantillas de la utilización del API proporcionado por la herramienta de gestión de contenidos.

En el Portal, esta labor es realizada por una librería denominada "Content Factory". Esta librería representa una abstracción hacia el programador de plantillas de las interioridades del API de la herramienta de Gestión de Contenidos (CMS 2002).

Finalmente, hay un conjunto de plantillas desarrolladas mediante Visual Studio .NET 2003, que haciendo uso de los Servicios ofrecidos por la Content Factory y mediante la utilización de controles específicos para la gestión de contenido (placeholders), gestionan tanto el aspecto del Portal como la base sobre la que los autores añaden contenido para la generación de las páginas del Portal.

En el caso del Portal www.spain.info, todo el contenido gestionado por los placeholders es de naturaleza XML. Para ello, se han desarrollado nuevos PlaceHolders que heredan su funcionalidad del XmiPlaceholder Control. Cada control tiene asociado un esquema XML y un XSL, que determina la forma en la que se presenta el contenido hacia el usuario final.

Flujo de Información de Contenidos en www.spain.info



La mayor parte de los placeholders utilizados en el Portal, no son los existentes como base en CMS 2002, sino que han sido desarrollados para adecuarse a las necesidades específicas del Portal. Todos ellos tratan el contenido directamente en formato XML y disponen de un workflow de gestión del contenido XML basado en el concepto de “pre-procesadores”. Los “pre-procesadores” son assemblies ejecutados mediante reflexión, que realizan modificaciones sobre el contenido XML. Del mismo modo que los “pre-procesadores” sirven para tratar el contenido en modo edición, existen los assemblies que modifican el contenido XML denominados “diseñadores”. Tanto uno como otros, se indican como parámetros en la definición HTML del placeholders.

Existen aplicaciones externas desarrolladas para diversas tareas de administración que hacen uso de la librería “Content Factory” para proporcionar los servicios que soportan.

4. Requisitos

4.1. Tipo de Oficina de Turismo en el Exterior

En la actualidad, determinadas Oficinas de Turismo en el Exterior cuentan con su propia página web, cuyas características son su diseño que debía unificarse con la imagen del portal de turismo nacional, sus estructuras de información y contenidos diferentes a los actuales en www.spain.info que era necesario migrar, y su idioma que no siempre estaba presente en el portal.

Por lo que nos encontrábamos con la siguiente matriz, en la cual se muestran la diversa tipología de Oficina de Turismo en el Exterior que existía:

Japón	China
Reino Unido EE.UU	Alemania
Japón	China

Donde las Oficinas de Reino Unido y Estados Unidos, además de disponer de su propia web, en el portal www.spain.info se cuenta con la estructura de información traducida al inglés. Mientras que en el caso de Alemania, a pesar de tener traducida la estructura, presenta la facilidad de no poseer web propia. En los casos de Japón y China, son dos idiomas que no se disponen en el portal, y además existe una página web del mercado japonés.

Por tanto, podemos determinar la existencia de cuatro grupos de Oficinas de Turismo, que condicionan el desarrollo del portal y sindicación de los contenidos. Para las Oficinas de Turismo de Reino Unido, Alemania y Estados Unidos se van a integrar todos los canales del portal de turismo www.spain.info junto con la creación de los canales nuevos que incorporen su propio contenido y no estén disponibles en el portal nacional. Mientras que en el caso de las Oficinas de Turismo de China y Japón, se ha realizado una selección de los canales de información que interesen a su mercado, y una vez traducidos se ha procedido a su integración en el portal mercado.

4.2. Tipo de contenido

Dentro del portal de turismo www.spain.info, existen diferentes tipos de contenidos, que se agrupan de la siguiente forma:

- Contenido editorial: contiene los canales (arte y cultura, gastronomía, etc.), subsistemas (museos, conjuntos monumentales, monumentos dentro de arte y cultura), y los reportajes.
- Contenido multimedia: se refiere a las fotografías, infografías, videos, fotografías panorámicas, etc.
- Contenido directorio: se centra en la información que se encuentra estructurada en bases de datos (hoteles, museos, restaurantes, etc.)
- Destinos: presentan una estructura diferente al resto de canales, formando su propio microsite.

4.3. Edición

Como requisito imprescindible, se propuso que la edición de contenidos se hiciera sólo sobre el contenido editorial, concretamente las home de los canales y de los subsistemas, así como los reportajes.

Nunca se puede editar las fichas de detalle de los subsistemas (Museo del Prado, Zalacaín, Costa del Azahar), ni el contenido multimedia, el directorio, y los destinos, puesto que estos contenidos se preparan desde Turespaña y no son personalizables, y además se solicitan de forma online al portal spain.info.

Además, la información se muestra de dos formas diferentes en las páginas del portal, bien a través de reportajes o bien por medio de destacados, donde se enlaza al reportaje que queremos destacar.

De forma que la edición se centra en la modificación o introducción de nuevos reportajes, que se muestran directamente en el canal que se ha seleccionado o se destacan como enlace. Esta edición se realiza mediante un editor de contenidos personalizado para los canales de cada uno de los portales mercado, y la edición se realiza en el idioma del portal.

Esta edición se realiza directamente sobre los placeholder o bien mediante una aplicación que permite seleccionar los reportajes que ya existen en el portal mercado, donde una vez se acepta este reportaje, los contenidos se introducen directamente en el lugar que deben mostrarse, sin que el usuario tenga que conocer su ubicación.

4.4. Sindicación

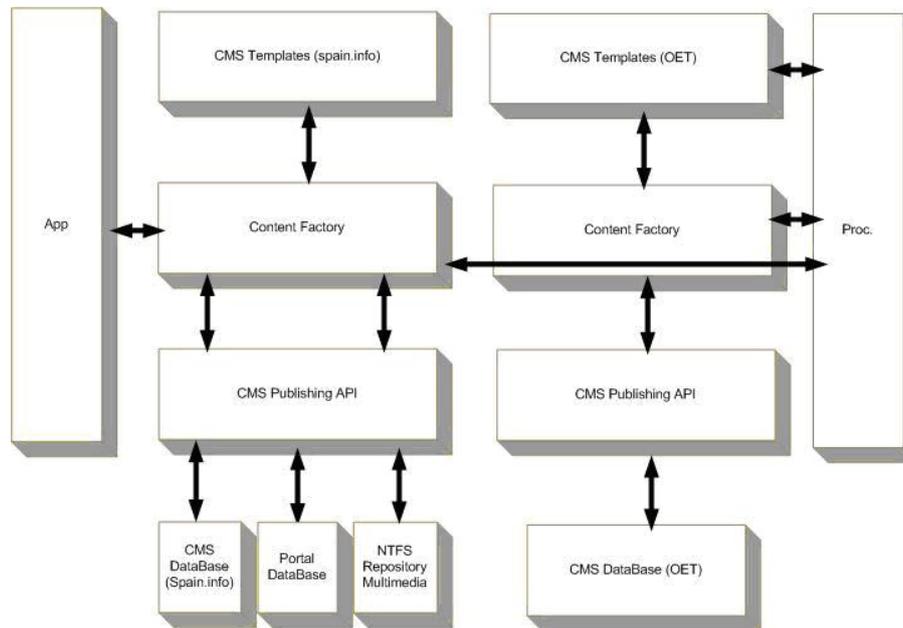
Dentro de los contenidos que directamente se extraen del portal www.spain.info, se encuentran tanto los destinos, las fichas detalle de los recursos turísticos como el contenido directorio, quienes enlazan directamente con la base de datos del portal, de forma que se actualizan en un único punto y se pueden mostrar en diferentes portales.

Otra forma de sindicación consiste en la acción de sincronización que se ha añadido a los portales de Reino Unido, Alemania y Estados Unidos, la cual permite traer el contenido de las home de canales que se encuentran publicados en el portal www.spain.info y se muestran en ese mismo canal en los portales mercado, de forma que se puede actualizar directamente por las Oficinas de Turismo en el Exterior, sin que sea necesario que seleccionen de uno en uno cada uno de los reportajes y destacados, sino que en un solo click se muestra toda la información.

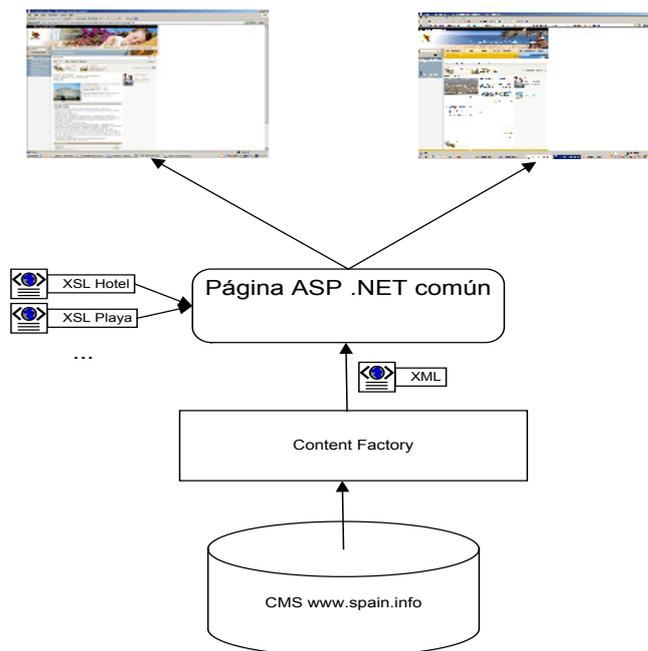
Asimismo, otra funcionalidad añadida que se ofrece a las Oficinas de Turismo en el Exterior, es aprovechar los reportajes ya creados para el portal www.spain.info con la finalidad de poder reutilizarlos por las Oficinas, ya que el tema que se trate sea interesante para ese mercado. Para ello, se ha creado la posibilidad de migrar los nuevos reportajes que se creen para el portal www.spain.info y que se carguen en la base de datos del portal mercado, de forma que puedan modificarlos por parte de las Oficinas de Turismo en el Exterior, o incluirlos directamente en el canal deseado dado que ya estén traducidos en el idioma del portal mercado.

4.5. Solución propuesta

La solución propuesta para la generación de Portales mercado tiene, como principal objetivo, el aprovechamiento del Portal www.spain.info, de forma que exista contenido “común” a todos los Portales que sea gestionado y suministrado desde el Portal actual (contenido directorio), y contenido sobre el que cada Oficina de Turismo en el Exterior pueda realizar labores de administración y edición para su personalización (contenido editorial). En la siguiente figura se representa la solución Multiportal a alto nivel a la hora de editar y crear los canales de información de los portales mercado:



Esta solución planteada consiste en realizar el proceso de renderizado de HTML en una página ASPX común basado en plantillas XSL, y el contenido publicado por la Content Factory se transforma a través de XSL, de forma que los contenidos directorio se sindicán del portal principal y los contenidos editoriales se pueden editar directamente por las Oficinas de Turismo en el Exterior:



De esta forma, el proceso es común a todos los subsistemas, es válido para varios portales, y simplifica los cambios en la presentación de contenidos. Sin embargo, se plantea la necesidad de crear páginas específicas para algunos subsistemas, o crear excepciones por la existencia de controles de usuario específicos por subsistema.

Otro aspecto a destacar es la posibilidad de poder crear portales mercado en diferentes idiomas, contando con la misma estructura de información, pero con su propio gestor de contenidos, sus canales de información, y la sindicación a los contenidos de tipo directorio comunes a todos los portales, en su propio idioma.

5. Solución futura: plataforma estandarizada para el desarrollo del sector turístico

5.1. Convenios de cooperación al desarrollo con Países Iberoamericanos

Desde la Secretaría General de Turismo, se ha planteado la necesidad de colaborar con los países iberoamericanos en el sector turismo, con la finalidad de mejorar su potencial desarrollo, mediante la transferencia de tecnología para la creación de portales de promoción turística para poder difundir sus destinos en los mercados internacionales.

Concretamente, se ha firmado acuerdos de cooperación con los países centroamericanos y con Brasil, para la cesión del código del portal de turismo español, así como el modelo de la base de datos y de gestión de contenidos. Mientras que estos países se encargan de la instalación, hosting, implantación del portal, y de la integración de la información.

5.2. Diversas alternativas

Una vez desarrollada la estructura tecnológica para la creación de los portales mercado de las Oficinas de Turismo en el exterior, se ha podido estandarizar esta plataforma para la generación de portales de promoción turística.

Existen diferentes alternativas en función del lugar donde se encuentre la información turística almacenada:

Un único portal central, del cual se crean diferentes portales mercado

Esta opción se facilita para el caso de un portal central, el cual tiene los contenidos estructurados, que se sindicán en portales terceros, bien sean portales mercado personalizados o bien en portales adaptados a diferentes públicos objetivos, los cuales se encargan de la presentación de los contenidos a través de las hojas de estilo

Diversos portales satélites, que crean un único portal centralizado

Esta opción se desarrolla para el caso de existir diferentes portales, los cuales son quienes tienen su propia información, y se quiere crear un portal centralizado, donde se recoja de forma común la información de cada uno de ellos, y presentarla mediante su propio diseño. Por tanto, la arquitectura es diferente a la anteriormente planteada, puesto que el desarrollo de páginas ASPX han de ser específicas por subsistema, es necesario almacenar la información de cada uno de los portales padre en un repositorio, que es quien proporciona los contenidos para presentarlos en cada subsistema, se pueden reutilizar las plantillas sustituyendo los placeholder por controles nuevos, y el contenido del documento XML se distribuye a cada control.

