

**Workshop Técnico - Portuguese Trails**  
**Monitorização de Rotas Âncora**

TURISMO DE  
**PORTUGAL**





## **Pioneiros e Líderes na contagem de pedestres e ciclistas em Portugal**

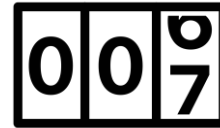
UpNorth é uma companhia que implementa projectos de monitorização de pedestres e ciclistas, tanto em espaços urbanos como em áreas naturais. Somos igualmente parceiros dos mais interessantes projectos portugueses na monitorização de qualidade do ar e ruído.



**Pioneiros e Líderes na contagem de pedestres e ciclistas em Portugal**



**Consultadoria**



**Equipamentos**

**CONSEGUIMOS GERIR E COMUNICAR DE FORMA  
EFICIENTE SEM DADOS REAIS?**







**CONSEGUIMOS GERIR E COMUNICAR DE FORMA  
EFICIENTE SEM DADOS REAIS?**



A mountain biker is riding a trail on a mountain ridge. The rider is wearing a blue and white jersey, black shorts, a black helmet, and a black backpack. The bike is white with black accents and has "Technicon" written on the frame. The background features a dramatic sky with large, dark clouds and snow-capped mountains in the distance. The foreground is a grassy ridge with some green bushes.

**CONSEGUIMOS GERIR E COMUNICAR DE FORMA  
EFICIENTE SEM DADOS REAIS?**

# Porquê?



Porquê?

1. Optimizaçãõ de recursos;





# Porquê?

1. Optimização de recursos;
2. Planeamento eficaz;



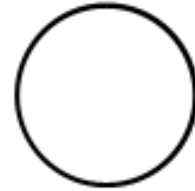
# Porquê?

1. Optimização de recursos;
2. Planeamento eficaz;
3. Previsões e tendências;



# Porquê?

1. Optimização de recursos;
2. Planeamento eficaz;
3. Previsões e tendências;
4. Transparência;





## Porquê?

1. Optimização de recursos;
2. Planeamento eficaz;
3. Previsões e tendências;
4. Transparência;
5. Monitorização de resultados (UE);



## Porquê?

1. Optimização de recursos;
2. Planeamento eficaz;
3. Previsões e tendências;
4. Transparência;
5. Monitorização de resultados (UE);
6. Indicadores ambientais;



## Porquê?

1. Optimização de recursos;
2. Planeamento eficaz;
3. Previsões e tendências;
4. Transparência;
5. Monitorização de resultados (UE);
6. Indicadores ambientais;
7. Comunicação eficiente e capacidade de atracção de novos investimentos e projectos.





1

22

43



IUCN @IUCN · 12 de mai

How can the sports industry contribute to biodiversity conservation? A new IUCN guide highlights some options available [bit.ly/2GJpCiW](https://bit.ly/2GJpCiW) @IUCN\_business



30

74



IUCN @IUCN · 11 de mai

Did you know that invasive alien species can lead to changes in the structure and composition of ecosystems? [bit.ly/2bZ7X8W](https://bit.ly/2bZ7X8W) @IUCN\_ISSG



Lembrar-me · Esqueceu sua senha?

Entrar

Novo no Twitter?

Inscreva-se

**COMO OBTER OS DADOS DE CONTAGEM?**







Sem instalação

Localização flexível

Dados qualitativos



Contagens 24/7/365

Maior fiabilidade / tendências

Facilidade de visualização



Curtos períodos

Custos (períodos médios/longos)

Trabalho intensivo



Custos iniciais

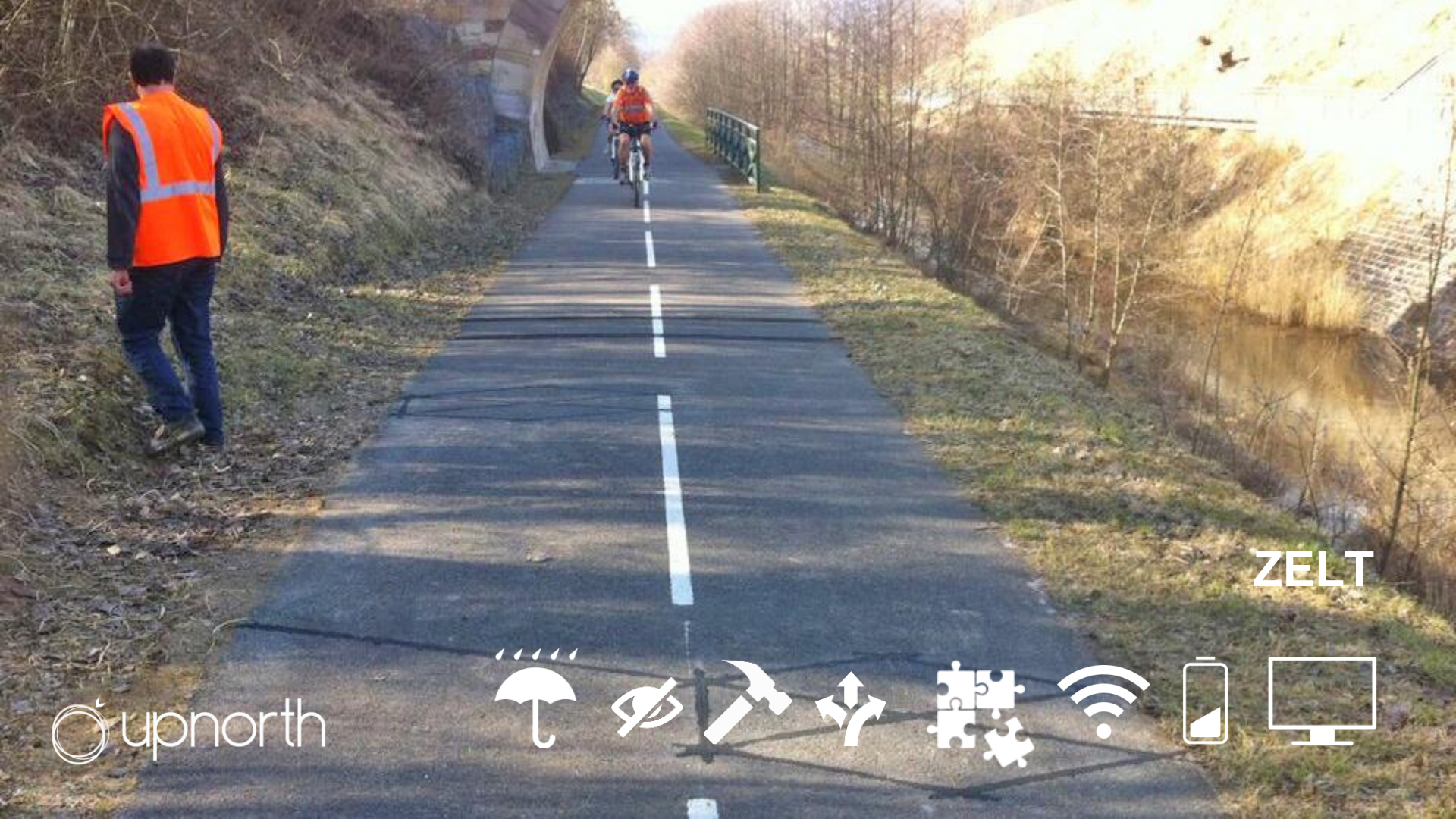
Instalação

Alguma manutenção



## **Pioneiros e líderes na contagem de pedestres e ciclistas a nível mundial**

Especializados exclusivamente na monitorização de pedestres e ciclistas, a nossa equipa desenvolveu os sistemas mais fiáveis e inovadores. Produzimos um conjunto alargado de soluções que podemos encontrar desde os trilhos mais remotos, a cidades como Nova Iorque ou Paris.



ZELT

upnorth







upnorth



PYRO





i informações

MULTI

upnorth

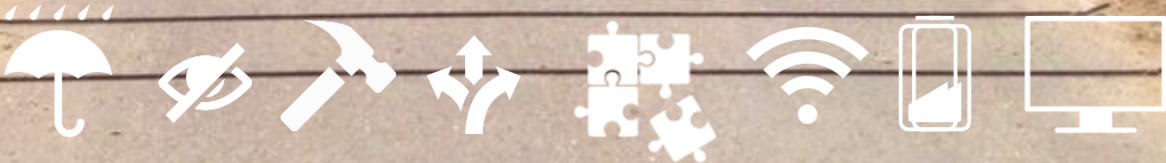






# MULTI MOBILE

upnorth



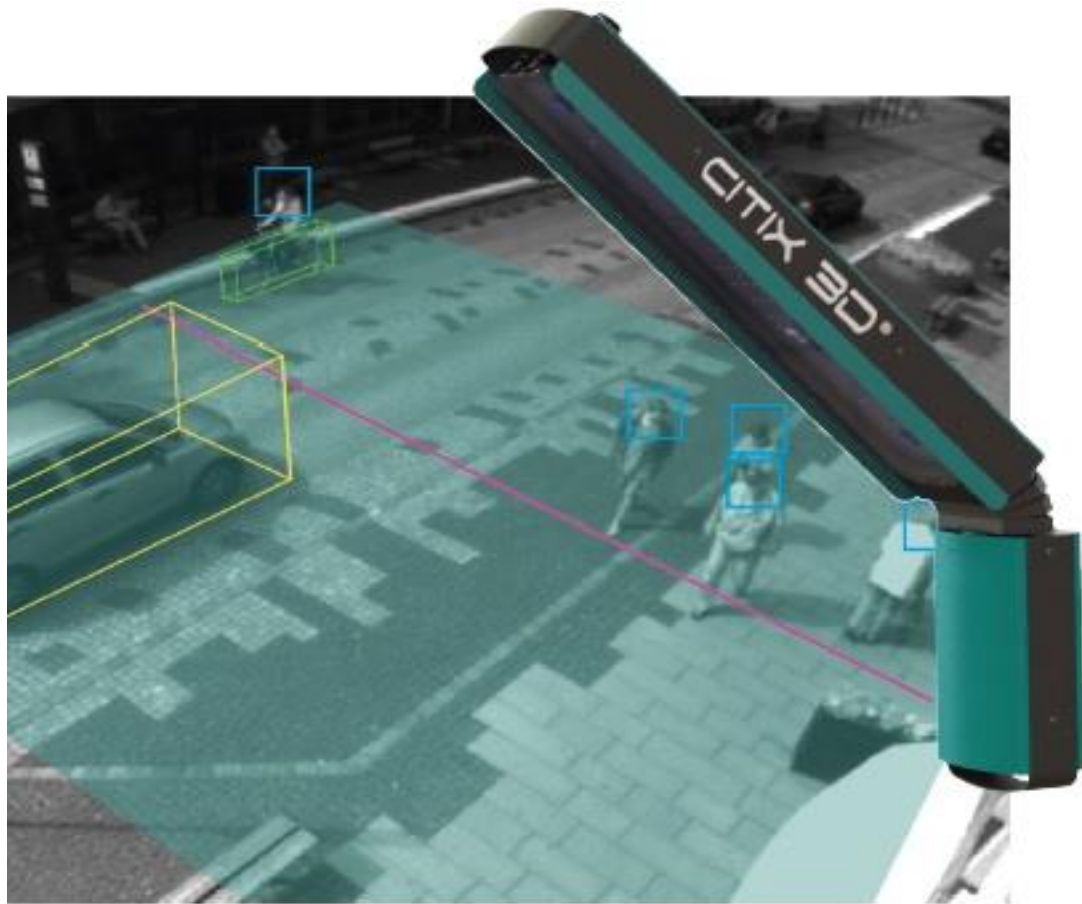




PLACAS

upnorth





# Intertraffic

INNOVATION AWARD

2018



> 20m



eco  
counter

COUNTING PEOPLE, ANALYSING DATA

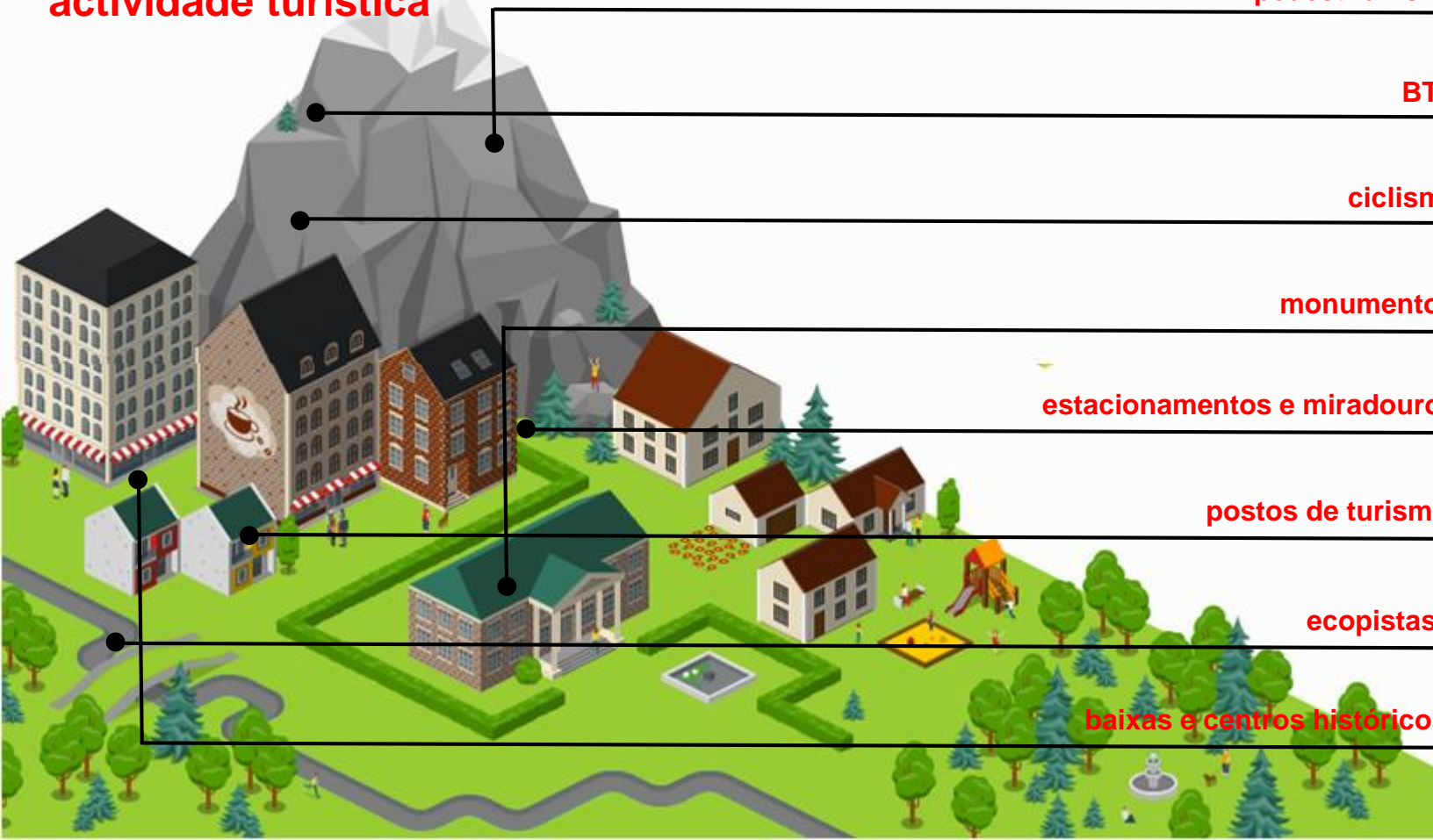
+

FROM RESEARCH TO INDUSTRY  
cea tech





# Monitorização da actividade turística



pedestrianismo



BTT



ciclismo



monumentos



estacionamentos e miradouros



postos de turismo



ecopistas



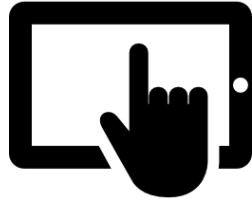
baixas e centros históricos



# COMO COMPLETAR OS DADOS DE CONTAGEM?



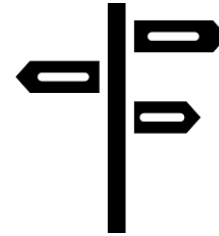
**inquéritos**



**portais web  
apps  
redes sociais  
roteiros**



**gps**



**sinalética  
inteligente**



**dormidas  
centros  
lojas**



# COMO COMPLETAR OS DADOS DE CONTAGEM?





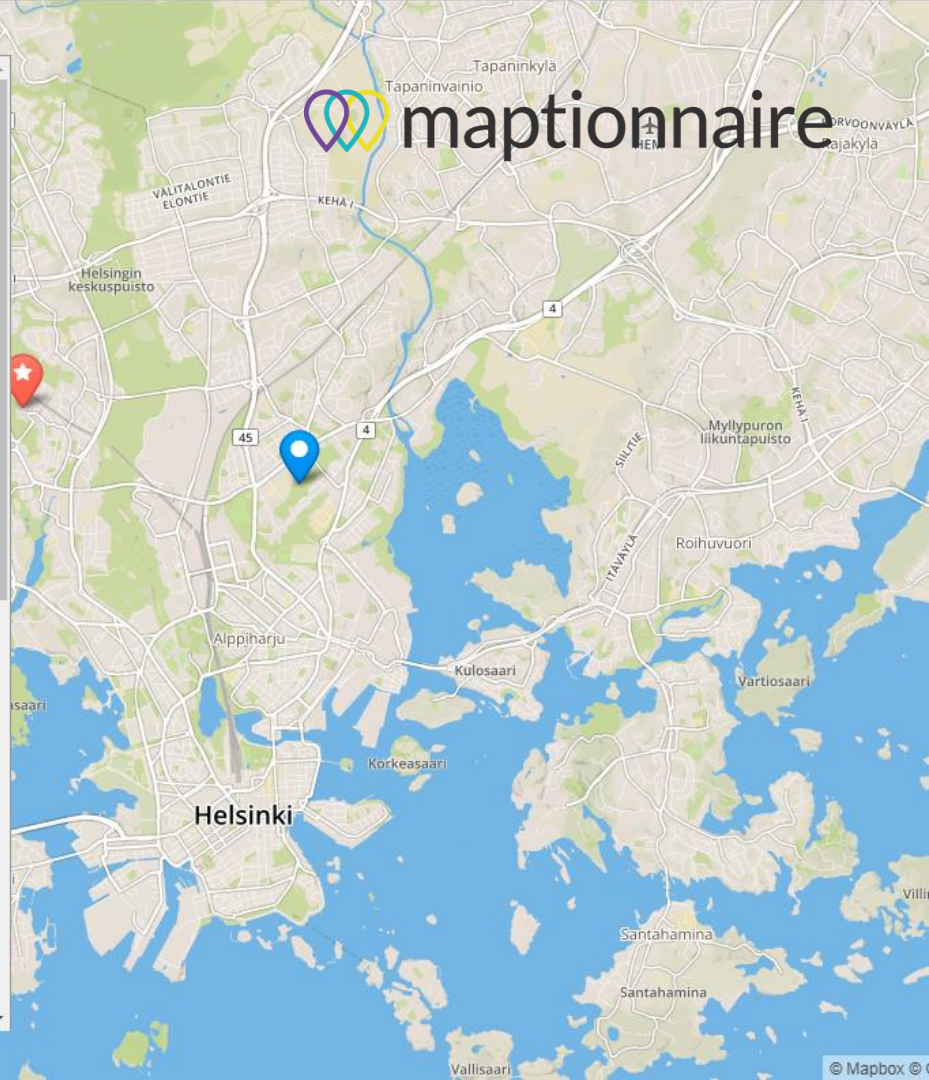
Helsinki  
Helsingfors

# WHAT WOULD THE NATIONAL URBAN PARK OF HELSINKI BE LIKE?

The City of Helsinki is looking into the possibility of establishing a National Urban Park in Helsinki. The purpose of a National Urban Park is to preserve urban Finnish nature and built cultural environments so that they form a comprehensive, integrated whole. At the same time the concept serves as a tool for promoting sustainable urban planning and construction.

The planning of a National Urban Park is a process for building residents' shared vision of what kind of story we wish to tell and convey about Helsinki to current and future residents and visitors. A National Urban Park defines a city's will in regard to valuable places that should be preserved and developed for future generations as the city is being built and redeveloped. The planning also takes into consideration other land use needs and their coordination.

The purpose of this survey is to collect data on the areas and places that citizens would like to see added to the story of Helsinki and the potential National Urban Park of Helsinki. In addition to this, we would like to hear your thoughts on how to make the city's urban environments better and more functional in the future. The results of the survey will be







Sainsbury's Distribution Centre



How often do you go/play outside?

- Every day
- Every other day
- Twice a week
- Once a week
- Never

Which open spaces do you use? (Tick all that apply)





# About You and Other People's Feedback

## About You

Tell us a little bit about yourself (check all that apply)

- I live in Lake Oswego
- I don't know where Iron Mountain Park is
- I have visited Iron Mountain Park
- I visit Iron Mountain Park regularly
- I live in one of the surrounding neighborhoods (Lake View/Summit, Lake Grove, Country Club)
- I have youth/children under the age of 18 living in my household

## View and Comment on Others' Feedback

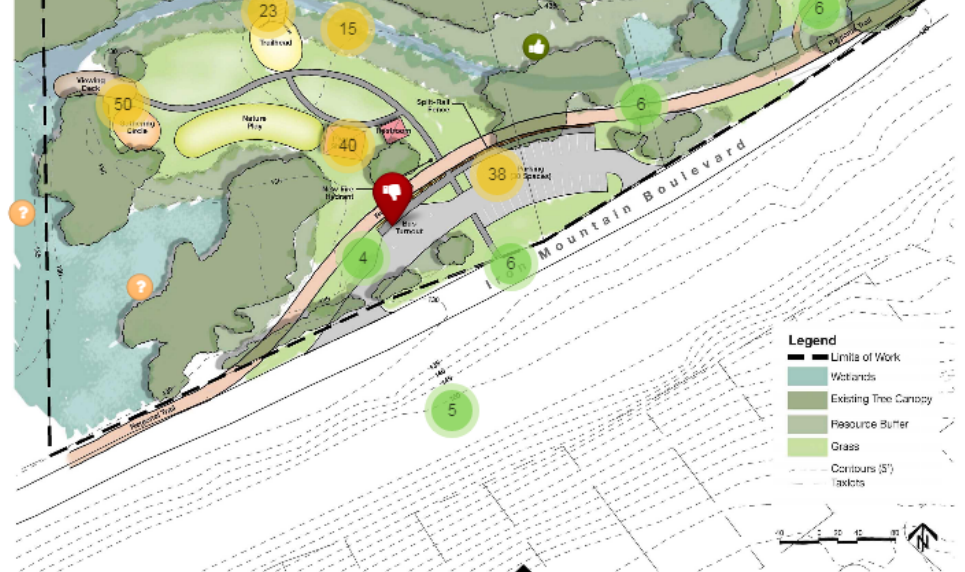
Clicking the up arrows on the top left of this page will reveal the concepts with everyone's comments

Thank you for your help in reviewing these initial concepts!

Please help spread the word about this opportunity by sharing this link with your social networks (buttons provided below). You can also use the following short link: BITLY LINK

If you have any questions, please contact: Ivan Anderholm, Director of Parks and Recreation, City of Lake Oswego - [ianderholm@ci.oswego.or.us](mailto:ianderholm@ci.oswego.or.us)

Your responses have been saved as you made them. when you click "Done" you will be



Draft Concept 2

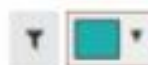
Draft Concept 1

Iron Mountain Park Conceptual Plan | Portland, Oregon  
May 2016





User guide



Question 1

131 / 131

Other filters

Heatmap

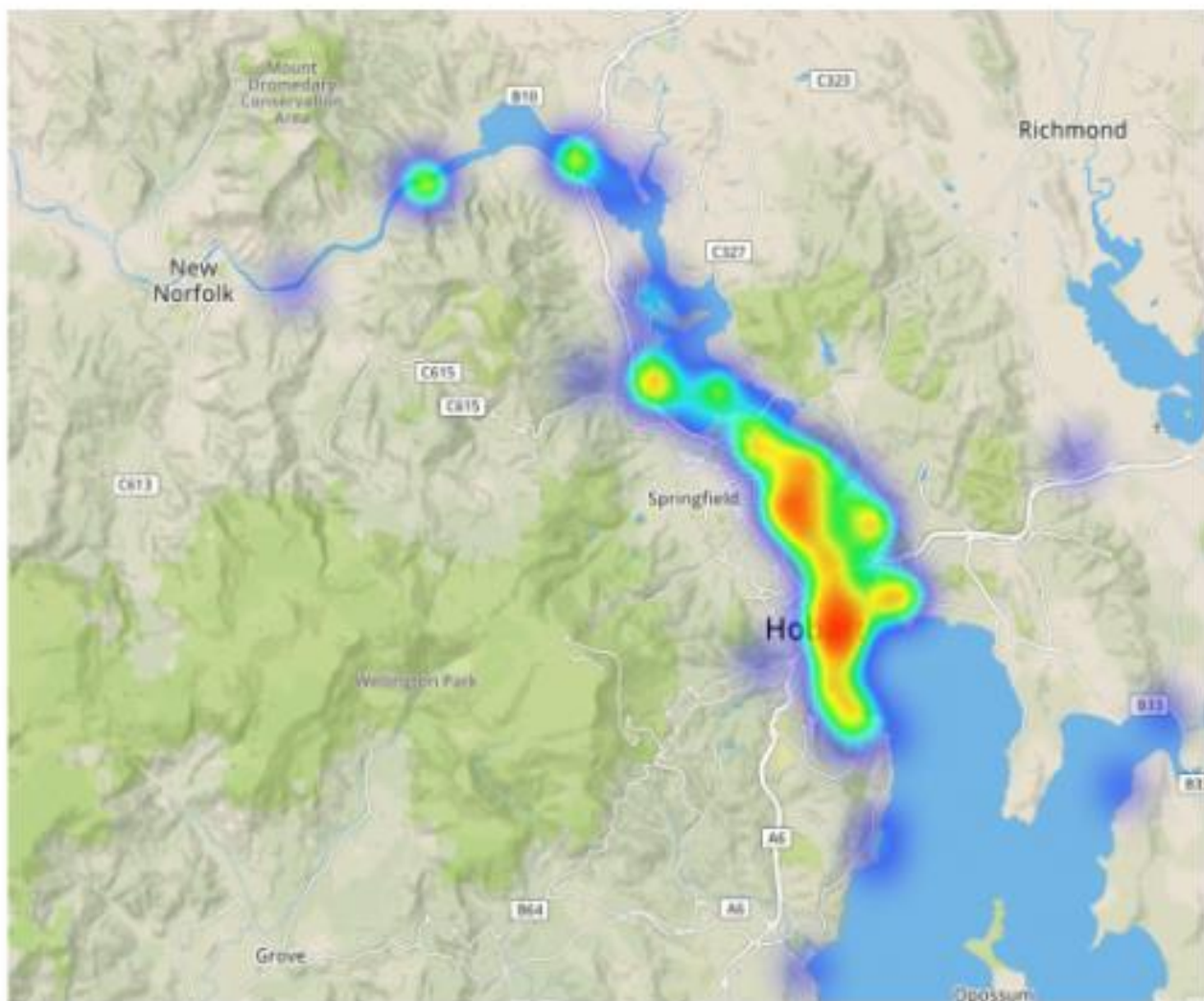
Intensity



Blur



Radius



# COMO COMPLETAR OS DADOS DE CONTAGEM?





# **CASOS DE ESTUDO INTERNACIONAIS**

# Revisió dades d'afluència, freqüentació i caracterització dels visitants al Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017

ANY 2017



## Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - objectivos

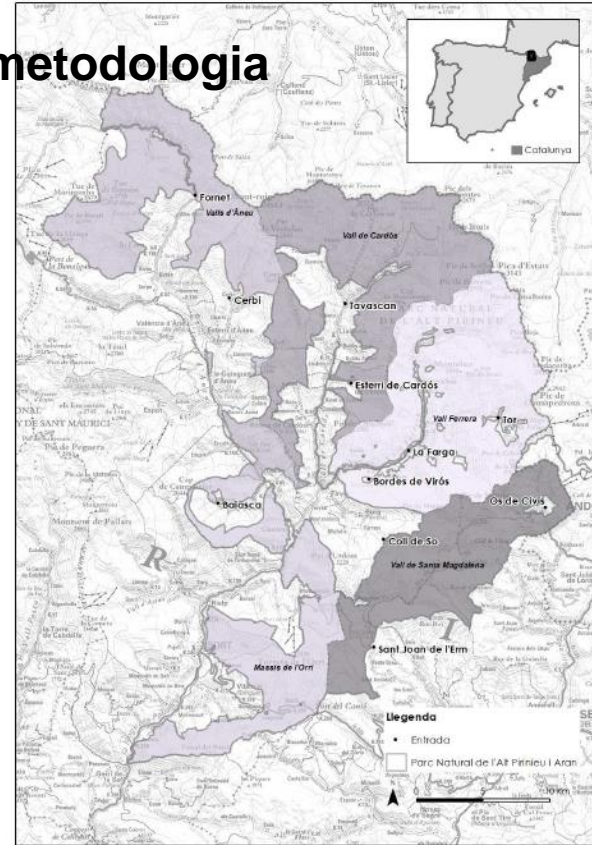


- ✓ Ordenação do espaço público
- ✓ Impacto económico
- ✓ Promoção do turismo sustentável
- ✓ Caracterizar a procura recreativa, desportiva e turística
- ✓ Obter informação de fácil interpretação
- ✓ Dar seguimento ao projecto 2010/2011



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - metodologia

- ✓ Selecció dos pontos de monitorizaco (6)



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - metodologia



- ✓ Seleccção dos pontos de monitorizaçã (6)
- ✓ Escolha das variáveis

Dimensions	Variables
Característiques dels visitants	Edat, sexe, lloc de residència habitual, ocupació laboral, estudis assolits, grau de coneixement estatus de protecció zona
Característiques visita Parc	Freqüència de visita, accés, allotjament, grup visita, nombre d'integrants grup, menors, durada visita zona, durada visita parc, visita d'altres indrets del Parc, mitjans d'informació coneixements parc
Despesa generada	Despesa allotjament, despesa restauració, despesa compra de productes locals, despesa consum de serveis
Motivacions	Motivacions de visita al parc
Activitats realitzades i itinerari visitat	Activitat realitzada, duració en minuts, itinerari visitat, moment de decisió de l'itinerari a visitar, font d'informació utilitzada
Opinió i grau de satisfacció	Grau d'importància i valoració del grau de satisfacció de les infraestructures i serveis d'ús públic al Parc, valoració del grau de massificació i valoració de conflictes amb altres visitants.

Taula 4. Dimensions i variables que s'han tingut en compte en l'elaboració de l'enquesta



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - metodologia



- ✓ Selecció dos pontos de monitorizaçã (6)
- ✓ Escolha das variáveis
- ✓ Amostra (706 inquéritos válidos)

Punt de mostreig	Dies no festius	Dies festius	Total dies mostreig	Nombre d'enquestes
Fornet	3	5	8	115
Tavascan	3	7	10	204
La Farga	3	6	9	112
Tor	3	6	9	53
Sant Joan de l'Erm	3	7	10	147
Os de Civís	3	5	8	75
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	<b>706</b>

Taula 5. Distribució enquestes per accessos controlats

Mesos de l'any	Nombre d'enquestes	Percentatge
Dimarts	86	12,2
Dijous	90	12,7
Divendres	68	9,6
Dissabte	284	40,2
Diumenge	178	25,2
<b>Total</b>	<b>706</b>	<b>100,0</b>

Taula 7. Distribució enquestes per dies de la setmana

Mesos de l'any	Nombre d'enquestes	Percentatge
Juny	77	10,9
Juliol	181	25,6
Agost	200	28,3
Setembre	121	17,1
Octubre	59	8,4
Novembre	7	1,0
Desembre	61	8,6
<b>Total</b>	<b>706</b>	<b>100,0</b>

Taula 6. Distribució de les enquestes per mesos de l'any





# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - metodologia



- ✓ Selecció dos pontos de monitorizaçã (6)
- ✓ Escolha das variáveis
- ✓ Amostra (706 inquéritos válidos)
- ✓ Dias de trabalho de campo (54 / 6 meses)

	Accés	Jun.	Jul.	Agost	Set.	Oct.	Nov.	Des.	Total
1	Fornet	1	2	2	2	1	--	--	8
2	Tavascan	1	2	2	2	1	1	1	10
3	La Farga	1	2	2	2	1	1	--	9
4	Tor	1	2	2	2	1	--	--	9
5	Sant Joan	1	2	2	2	1	1	1	10
6	Os Civis	1	2	2	2	1	1	--	8
	<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>54</b>

Taula 3. Relació dels dies de treball de camp duts a terme



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - metodologia



- ✓ Seleccção dos pontos de monitorizaçã (6)
- ✓ Escolha das variáveis
- ✓ Amostra (706 inquéritos válidos)
- ✓ Dias de trabalho de campo (54)
- ✓ Ferramentas metodològicas

Objectius	Metodologies	Dades que s'esperen obtenir
Revisar i actualitzar els valors d'aflluència	- Fitxa d'Estimació d'Afluències i Usos - Anàlisis estadístics descriptius	Valor d'aflluència total i parcial del parc i per accessos controlats pels anys 2011-2017 i dades bàsiques de filtratge i seguiment pels punts amb ecocomptadors
Estudiar i avaluar, els possibles canvis esdevinguts en el perfil dels visitants	-Enquesta de Motivacions, Usos i Preferències -Anàlisis estadístiques descriptives	Característiques genèriques dels visitants del parc i parcials per accessos controlats pels anys 2011-2017
Realitzar una primera estimació d'impacte econòmic directe	- Enquesta (preguntes específiques) - Anàlisi de dades	Valor d'impacte unitari mig envers les despeses d'allotjament, restauració, serveis i compra de productes locals.

Taula 2. Descripció de les metodologies d'estudi



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - metodologia



- ✓ Selecció dos pontos de monitorizaçã (6)
- ✓ Escolha das variáveis
- ✓ Amostra (706 inquéritos válidos)
- ✓ Dias de trabalho de campo (54)
- ✓ Ferramentas metodológicas
- ✓ Definição dos inquéritos

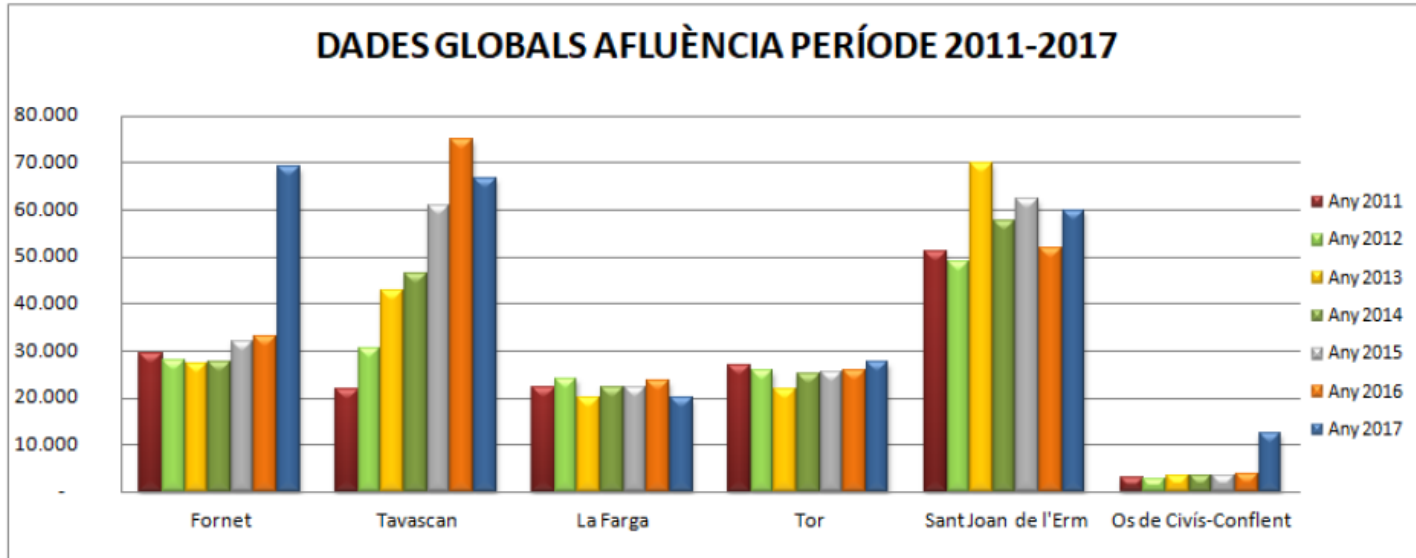
1. Lloc de residència habitual
2. Ocupació laboral
3. Estudis assolits
4. Gènere
5. Any de naixement
6. Freqüència de visita general
7. Freqüència de visita darrers dos anys.
8. Mitjà d'accés al parc
9. Grup de visita
10. Nombre de persones que componen el grup, inclòs el registre de menors
11. Dies de visita a la zona
12. Allotjament
13. Despesa allotjament preu per persona
14. Ús restauració
15. Despesa restauració nombre de vegades i preu persona
16. Despesa compra de productes locals
17. Despesa consum de serveis a la zona
18. Altres despeses
19. Moment de decisió de l'itinerari visitat
20. Coneixement existència Parc
21. Mitjans de coneixement del parc
22. Motivacions de la visita
23. Durada de visita en el dia d'avui (hores)
24. Activitats realitzades, inclòs el detall en minuts.
25. Itinerari visitat
26. Mitjans d'informació considerats en la selecció de l'itinerari visitat
27. Grau d'importància que li dóna a les infraestructures i serveis del Parc
28. Grau de satisfacció de les infraestructures i serveis utilitzats al Parc
29. Valoració quantitat de visitants observats durant l'estada a la zona
30. Visita d'altres indrets del parc durant l'estada a la zona
31. Vivència d'algun tipus de conflicte durant la visita al parc
32. Observacions i suggeriments



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - resultados



✓ Afluència e distribució temporal e espacial dos visitants no Parque

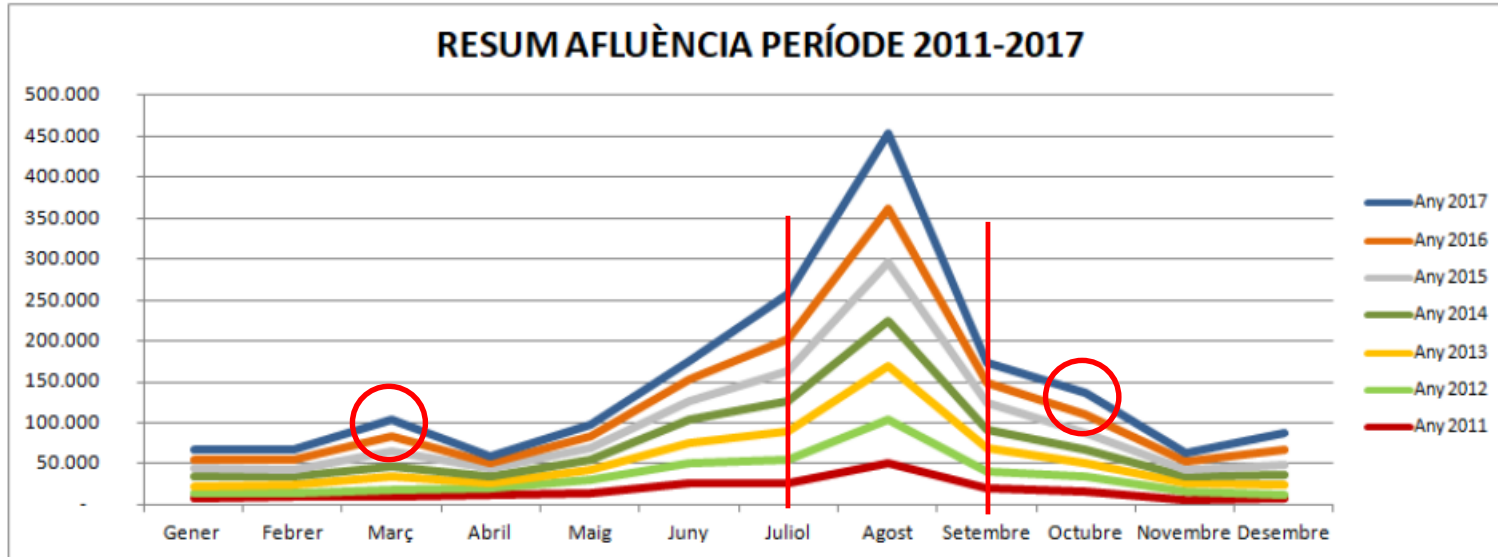




# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - resultados



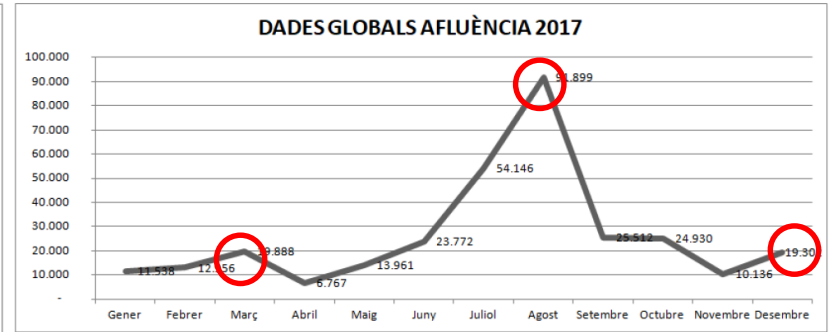
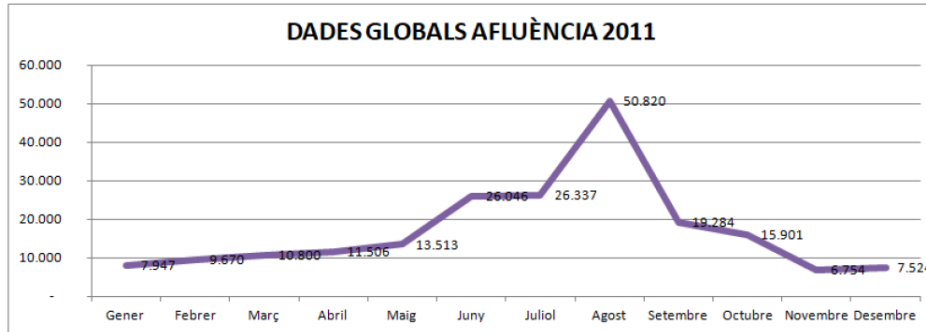
✓ Afluència e distribució temporal e espacial dos visitants no Parque



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - resultados



✓ Afluència e distribució temporal e espacial dos visitants no Parque



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - resultados



## ✓ Perfil dos visitantes

Grups d'edat	2011	2017	Total
	%	%	%
22 a 31 anys	8	19	12,9
32 a 41 anys	23,5	26	24,6
42 a 51 anys	31,7	24	28,2
52 a 61 anys	21,8	16,6	19,5
Més de 61 anys	14,6	3,7	11,8

Nivell d'estudis	2011	2017	Total
	%	%	%
Estudis primaris	9,8	3,8	7,8
Secundària	16,1	15,4	15,9
Formació professional	25,4	29,4	26,4
Estudis universitaris	39,5	46,8	42,1
Estudis de post-grau	9,2	4,6	7,7

n=1.859

Mitjà d'accés	2011	2017	Total
	%	%	%
Cotxe particular	87,6	80	83,4
BTT	3,4	0,4	0,9
Caminant	5,5	6,2	5
Quad/Moto	1,0	4	2,5
Altres (taxi, etc.)	1	2,1	1,7

n=1.859

Lloc de residència	2011	2017	Total
	%	%	%
Barcelona	56,4	47,4	52,5
Lleida	10,7	22,1	15,6
Tarragona	5,8	5,1	4,8
Girona	3,8	2,4	3,4
Altres províncies	7,8	6,3	7,9
França	1,8	3,8	2,9
Altres països	1,9	5,8	3,9
Residents a la zona	9,3	1,1	5,2
Andorra	2,5	5,8	3,9

n=1.859

Ocupació laboral - professional	2011	2017	Total
	%	%	%
Estudiant	3,8	5,9	4,8
Empleat per compte aliè	46,8	47,1	47,3
Autònom	16,8	17	16,4
Empresari	7,8	3,6	5,8
Funcionari	13,5	10,6	11,9
Aturat/desocupat	3,8	2,4	3,1
Jubilat	7,0	11,7	9,4
Altres	0,3	1,7	1,0

n=1.859

Allotjament	2011	2017	Total
	%	%	%
Sóc resident de la zona	12,8	9,9	10,8
No m'allotjo	14	24,2	19,6
Segona residència	12	10	10
Casa rural	6,3	5,3	5,8
Hotel, hostel	19,2	17,5	17,7
Càmping	13,1	12,5	14
Refugi de muntanya	4,0	8,2	6,3
Tenda o vivac	4,1	3,3	4,6
Caravana, cotxe	2,8	3,7	3,1
Apartaments	1,7	2,4	2
Altres	10,0	1,4	6,1

n=1.859



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - resultados



## ✓ Perfil dos visitantes por entrada

Caracterització de la visita		Tavascan	
		2011	2017
		%	%
Accès Parc Natural	Cotxe particular	87,3	88,5
	Taxi	2,1	1,0
	BTT	1,7	2,0
	Caminant	6,8	6,5
	Altres	2,1	2,0
Freqüència de visita	Visiten la zona molt sovint	5,9	5,4
	Es la primera vegada	43,0	29,2
	Es la segona vegada	20,7	12,4
	Més de 2 vegades	30,4	53,0
Nombre de vegades	Valor mig	3,40	3,50
Grup visita Parc	Visita individual	5,1	9,0
	Parella	31,6	41,8
	Família	37,1	23,9
	Grup d'amics	23,6	24,4
	Grup organitzat	2,5	1,0

Nombre de persones per grup	Valor mig	3,7	3,4
Allotjament a la zona	Sóc resident de la zona	6,8	3,4
	No m'allotjo	4,2	3,9
	Segona residència	10,1	11,3
	Casa rural	9,3	5,4
	Hotel, hostel	25,3	31,5
	Càmping	23,2	17,7
	Refugi de muntanya	7,6	13,3
	Caravana, cotxe, tenda	5,1	5,9
	Apartaments	2,1	4,9
	Altres	6,3	2,5
Durada de visita a la zona (dies)	Valor mig	5,1	6,8
Durada de visita al Parc (hores)	1-3	6,3	2,5
	3-6	32,5	22,1
	6-10	40,9	39,7
	10-24	15,2	10,8
	24-48	2,1	2,9
	48-96	1,3	8,3
	>96	1,7	8,8
Durada de visita al Parc (hores)	Valor mig	5,52	23,1
Mitjans coneixement Parc	No correspon, no el coneixia	4,2	6,4
	El conec de tota la vida	34,6	47,3
	Per altres persones	22,8	24,1
	Senyalització carretera	4,2	3,0
	Per oficina turisme, PI, etc.	2,5	3,9
	Mapes, guies	11,8	5,9
	Per internet	6,8	6,9
Altres	13,1	2,5	

n=1.859





# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - resultados



## ✓ Grau de importància e satisfacció

Opinió importància i grau de satisfacció		2017
		%
Senyalització accessos	No correspon, no opina	1,8
	Gens important	1,6
	Poc important	4,0
	Important	55,9
	Molt important	36,7
Zones d'aparcament	No correspon, no opina	2,0
	Gens important	1,8
	Poc important	6,2
	Important	57,4
Senyalització d'itineraris	Molt important	32,6
	No correspon, no opina	2,8
	Gens important	0,8
	Poc important	2,4
Punts d'informació	Important	44,1
	Molt important	49,9
	No correspon, no opina	5,1
	Gens important	1,4
Equipaments d'ús públic	Poc important	6,8
	Important	59,2
	Molt important	27,5
	No correspon, no opina	5,1
Informació facilitada pel Parc	Gens important	4,2
	Poc important	16,4
	Important	53,7
	Molt important	20,5
	No correspon, no opina	5,1
Neteja i estat de conservació	Gens important	1,1
	Poc important	4,1
	Important	56,7
	Molt important	33,0
	No correspon, no opina	2,0
Neteja i estat de conservació	Gens important	0,4
	Poc important	0,3
	Important	26,3
	Molt important	71,0

n=706

Grau de satisfacció		2017
		%
Senyalització accessos	No correspon, no opina	8,9
	Incorrecta	1,4
	Regular	6,9
	Correcta	66,0
	Molt correcta	16,7
Zones d'aparcament	No correspon, no opina	10,5
	Incorrecta	1,6
	Regular	5,7
	Correcta	62,2
Senyalització d'itineraris	Molt correcta	20,1
	No correspon, no opina	17,0
	Incorrecta	3,0
	Regular	11,3
Punts d'informació	Correcta	52,8
	Molt correcta	15,9
	No correspon, no opina	41,1
	Incorrecta	1,4
Equipaments d'ús públic	Regular	5,1
	Correcta	37,3
	Molt correcta	15,2
	No correspon, no opina	45,5
	Incorrecta	0,8
Informació facilitada pel Parc	Regular	5,2
	Correcta	38,0
	Molt correcta	10,5
	No correspon, no opina	38,4
	Incorrecta	1,6
Neteja i estat de conservació	Regular	3,7
	Correcta	41,2
	Molt correcta	15,2
	No correspon, no opina	4,1
Neteja i estat de conservació	Incorrecta	1,8
	Regular	5,0
	Correcta	59,8
	Molt correcta	29,3

n=706



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - resultados



✓ Grau de importància e satisfacció

Opinions i suggeriments	2011	2017
	%	%
No realitza cap observació ni suggeriment	57,3	65,2
Senyalització, millorar (tot)	10,7	8,8
Pistes, manteniment	6,2	2,5
Equip. UP (lavabos - contenidors - manteniment gral.)	7,0	3,0
Neteja, millorar	2,4	3,4
Altres observacions (queixes puntuals)	1,1	3,7
Afluència. Evitar la massificació	5,8	1,7
Pernoctació, temes relacionats	1,3	0,3
Circulació vehicles (problemàtiques)	0	2,7
PI horaris	3,8	0,3
Tot Ok	5,1	8,1

n=1 859



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - resultados



## ✓ Conclusões gerais

Entre els principals resultats obtinguts en la realització d'aquesta revisió, destaquen, per una banda, l'obtenció d'una afluència anual actualitzada d'uns **314.000 visitants, amb un increment d'uns 100.000 visitants** si prenem com a punt de referència les dades obtingudes l'any 2011. Per l'altra banda, i basada en la realització d'un total de 706 enquestes, la identificació d'un **perfil genèric de visitants caracteritzat per: tenir entre 32 i 51 anys (52,8%), ser homes (68,3%), residir de forma habitual a la província de Barcelona (47%) i Lleida (22,1%). Accedir al Parc en vehicle particular (80%), en parella (33,8%) o en família (27,8%), amb un nombre mig de persones per grup de 3,4 persones/grup. Tot i que més del 41% dels visitants d'aquest Parc no s'allotgen a la zona durant la seva visita al Parc (inclosos els visitants que resideixen a la zona o que tenen una segona residència), l'hotel i el càmping són la tipologia d'allotjament més utilitat (17,5% i 12,5%, respectivament).**

- ✓ N° visitantes
- ✓ Perfil do visitante
- ✓ Alojamento



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - resultados



## ✓ Conclusões gerais

Respecte a les activitats practicades durant la seva visita al Parc, destaquen, l'increment de les passejades curtes o suaus i les activitats vinculades a romandre al lloc d'arribada al conjunt del Parc (24,1% i 18,5% de pràctica actual respectivament), amb certs canvis importants per accessos en determinats tipus d'activitat. Aquest és el cas de l'increment sorprenent de la pràctica del muntanyisme a l'accés de Tavascan, que es va incrementar en un 35% en el període que va del 2011-2017.

Amb valors mitjans de durada de visita a la zona i al Parc bastant per sobre dels valors obtinguts a l'any 2011: 9 dies de visita a la zona i 12 hores de visita al Parc (6 dies més i 5 hores més de mitja), s'ha arribat a estimar un valor

- ✓ Actividades
- ✓ Duracção





# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - resultados



## ✓ Impacto económico

- Valor mig despesa pernoctació (VMP). Resultat: 49,10€/persona
- Valor mig despesa manutenció (VMM). Resultat: 4,32€/persona
- Valor mig despesa compra (VMC). Resultat: 1,72€/persona
- Valor mig despesa consumo serveis (VMS). Resultat: 0,94€/persona
- Valor mig altres despeses (VMA). Resultat: 0,40 €/persona



### 4) Càlcul del valor mig visitant

- Valor mig visitant (VMV)

$$VMV = VMP + VMM + VMC + VMS + VMA$$

- ✓ Resultat: 56.57€/persona



### 5) Càlcul global d'impacte econòmic directe a la zona en base a l'afluència de visitants

- Càlcul global d'Impacte directe (CGID)

$$CGID = VMV \times \text{valor d'afluència}$$

$$CGID: 56.57€/persona * 314.000 \text{ visitants} = 17.762.980€$$



# Parc Natural de l'Alt Pirineu 2011-2017 - resultados



## ✓ Impacto económico

$$\text{Ponderació CGID} = \sum \text{N}^{\circ} \text{ persones considerades} \times \frac{\text{N}^{\circ} \text{ persones per nivell importància atribuïda a la visita al Parc}}{\text{N}^{\circ} \text{ persones considerades}} \times \text{CVMV} \times \text{valor ponderació}$$

Els nivells de valoració van de l'1 a 5

Importància	Ponderació
5	1
4	0,8
3	0,6
2	0,4
1	0,2

- 100% del valor en el cas d'una puntuació de 5 (45.2% visitants)  
 $(2416) \times (0.452) \times (56.57 \times 1) = 61.776.25\text{€}$

- 80% del valor en el cas d'una puntuació de 4 (22.1% visitants)  
 $(2416) \times (0.211) \times (56.57 \times 0,80) = 24.1163.81\text{€}$

- 60% del valor en el cas d'una puntuació de 3 (18.6% visitants).  
 $2416 \times (0.186) \times (56.57 \times 0,60) = 15.252.72\text{€}$

- 40% del valor en el cas d'una puntuació de 2 (6.4% visitants)  
 $(2416) \times (0.64) \times (56.57 \times 0,40) = 3.498.83\text{€}$

- 20% del valor en el cas d'una puntuació de 1 (7.7% visitants)  
 $(2416 \times (0.64) \times (56.57 \times 0,20) = 2.104.77\text{€}$

$\Sigma 106.796.38/2416 \text{ visitants} = 44.2\text{€ despesa unitària}$

$314.000 \times 44.20\text{€} = 13.879.992\text{€ Impacte global}$



# THE GREAT TRAIL

MADE BY CANADA

The Great Trail is connected from coast to coast to coast.

[LEARN MORE](#)

[Explore the Map](#)

[Stories](#)

[Give](#)

Keep exploring



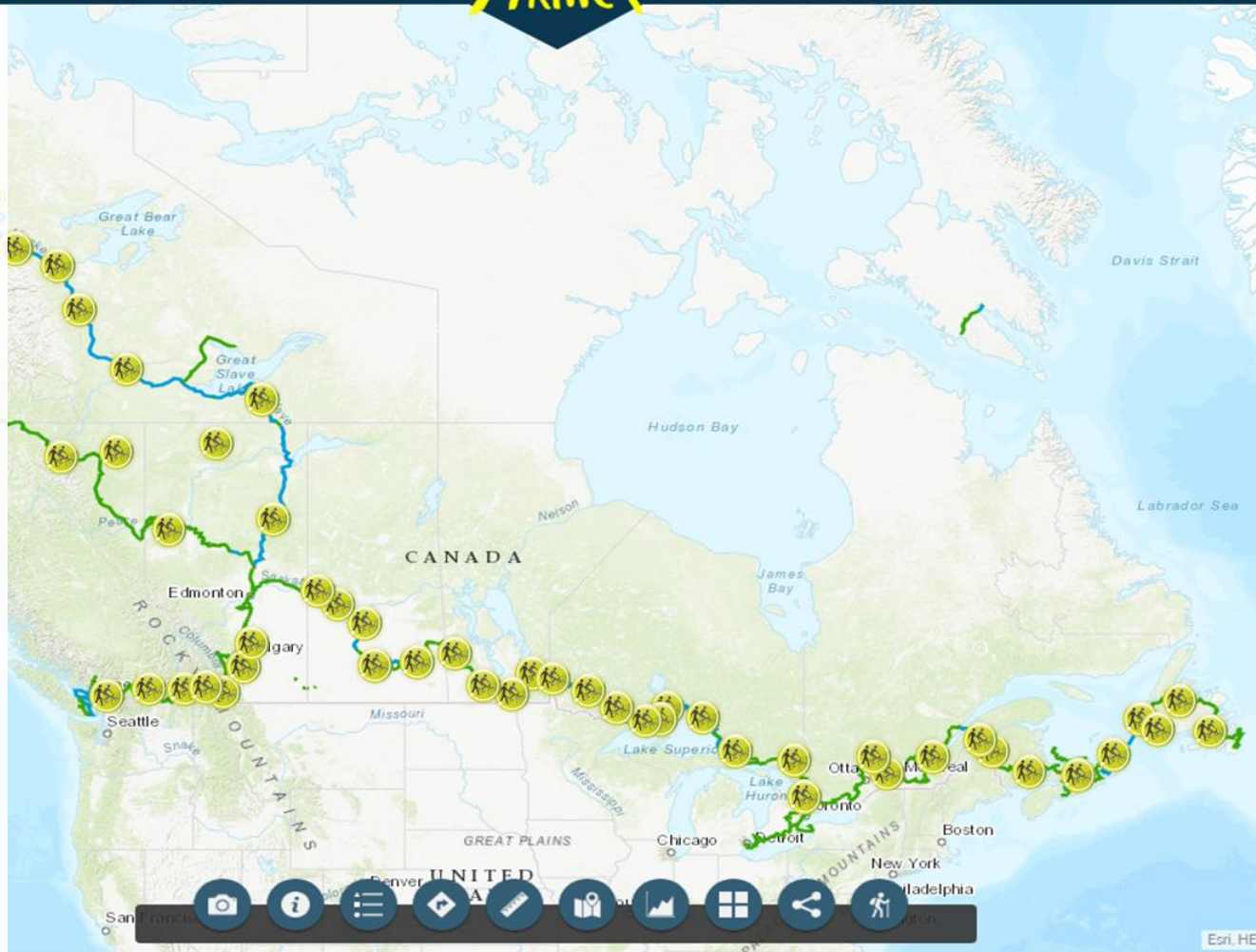
Trans Canada Trail  
Sentier Transcanadien



- ✓ 24.000kms de percursos
- ✓ 58 contadores
- ✓ 18 entidades



- ❖ qual a importância global do projecto?
- ❖ se promovermos uma parte do percurso, teremos reflexos no seu todo?
- ❖ Os nossos estudos dizem-nos que os ciclistas gastam em média \$200/dia. Qual o valor da infraestrutura?

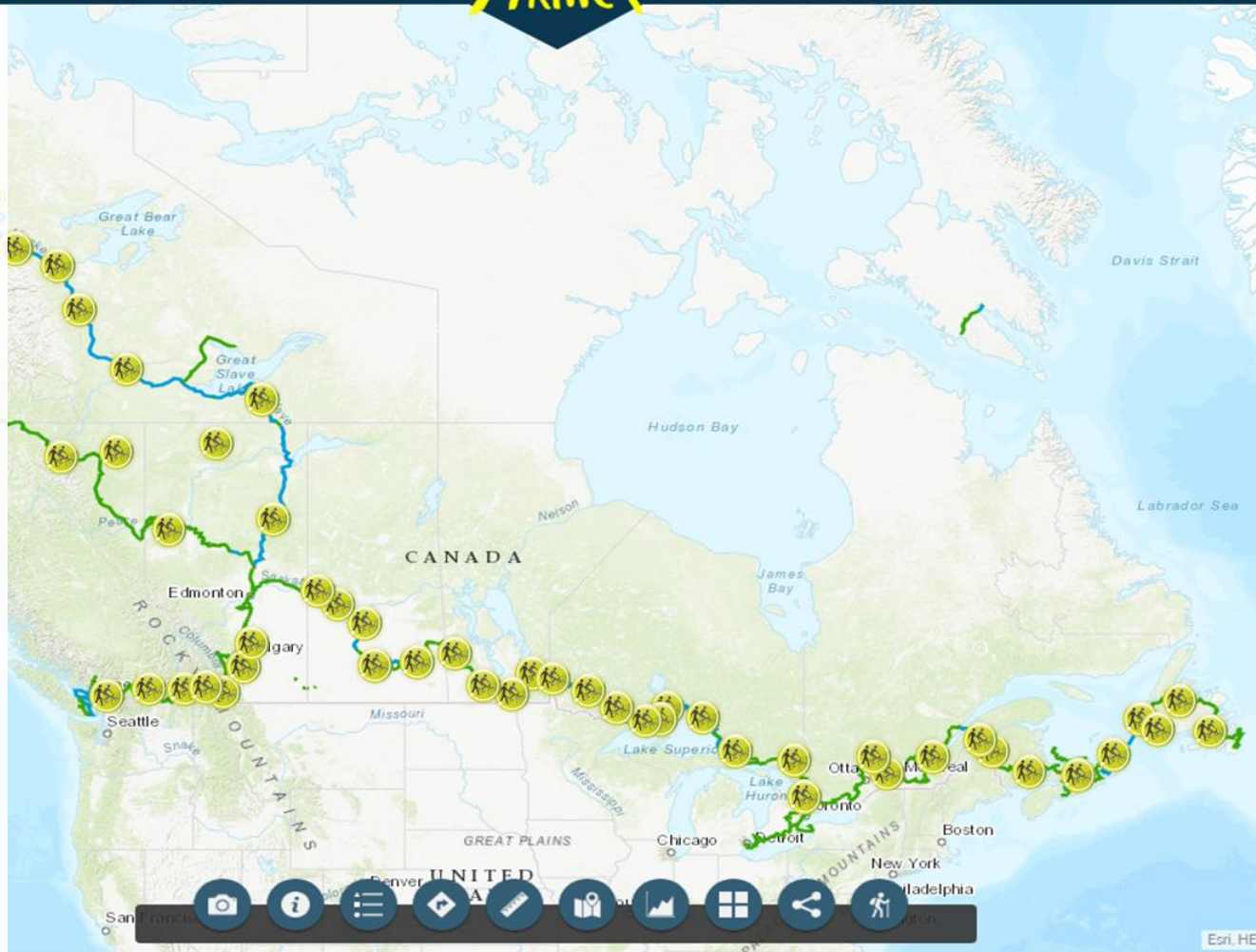




- ✓ 24.000kms de percursos
- ✓ 58 contadores
- ✓ 18 entidades



- ❖ facilitar a partilha e análise dos dados dos clientes Eco-Counter com a Trans Canada Trail (TCT)
- ❖ fornecer informação aos clientes Eco-Counter
- ❖ perceber a utilização para promover o valor do projecto
- ❖ perceber o impacto das acções da TCT
- ❖ encorajar a visita





Les Départements & Régions Cyclables sont un réseau de collectivités (Régions, Départements, Intercommunalités) mobilisées dans une dynamique collégiale pour construire la France à vélo en 2030.

- ✓ 22 870 km inscrits.
- ✓ 15 120 km ouverts (66 %), dont 48 % en site propre.
- ✓ 710 km ouverts en 2017, dont 31 % en site propre.
- ✓ 7750 km d'itinéraires nationaux à réaliser pour 2030.

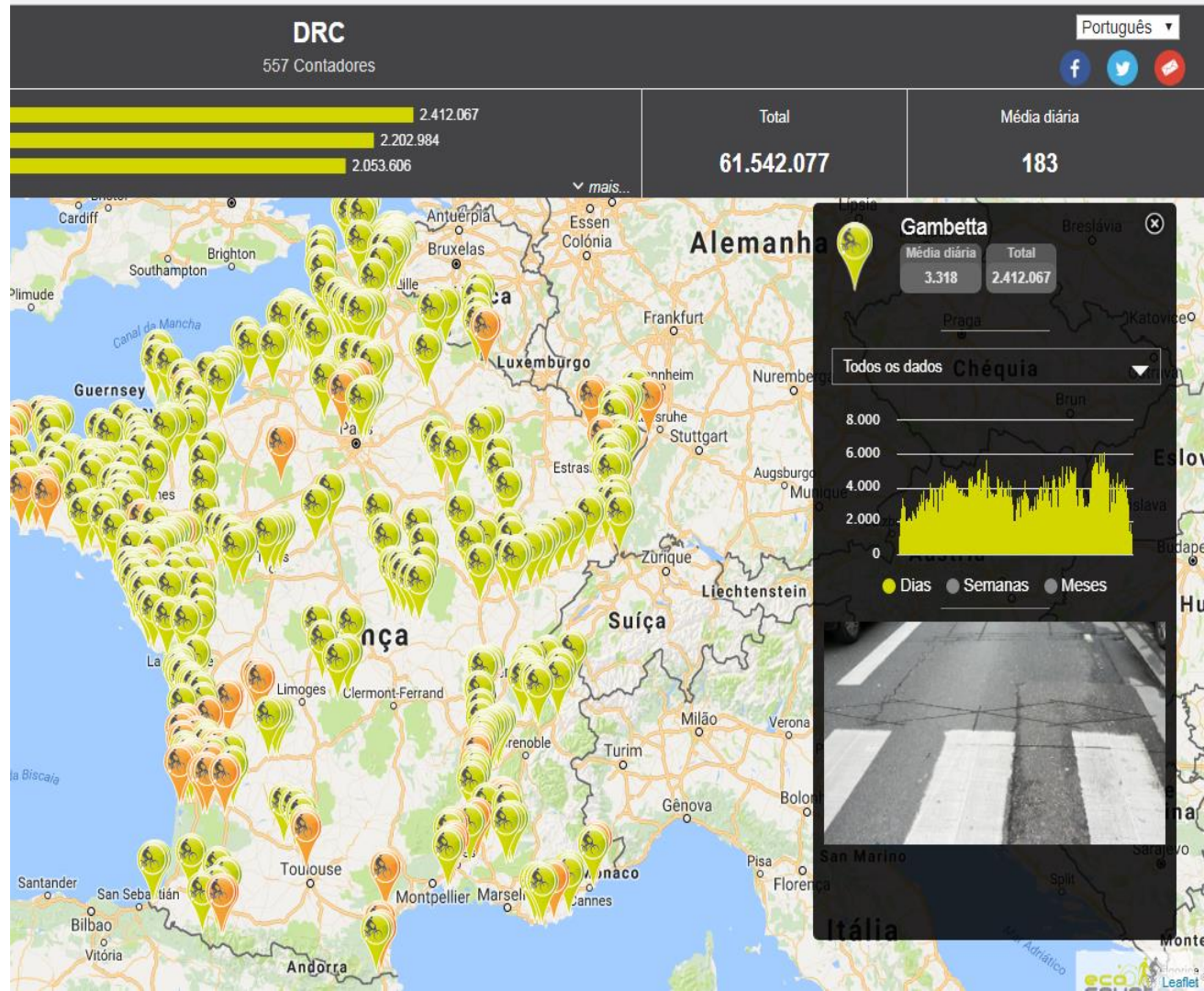






## Plateforme Nationale des Fréquentations

- ✓ Início em 2013
- ✓ 68 entidades envolvidas
- ✓ +600 contadores



**Plateforme Nationale des  
 Fréquentations**

- ✓ Início em 2013
- ✓ 68 entidades envolvidas
- ✓ +600 contadores

**ANALYSE DES DONNÉES DE  
 FRÉQUENTATION VÉLO 2017**

Avril 2018

DÉPARTEMENTS & RÉGIONS  
**CYCLABLES**

**DOSSIER :**  
**Les Territoires à vélo**

Itinéraires et composantes incontournables d'une politique vélo

**DIAGNOSTIC ET  
 RECOMMANDATIONS  
 POUR LES « VÉLOROUTES  
 DU SILLON ALPIN »  
 V62 ET V63**

.....

RAPPORT

.....

► Janvier 2018

ère  
 Libère.fr

haute  
 savoie  
 Le Département

Savoie  
 LE DÉPARTEMENT

DÉPARTEMENTS & RÉGIONS  
**CYCLABLES**

**VISUALISER LES  
 DONNÉES DE  
 L'OBSERVATOIRE**

.....

GUIDE UTILISATEUR

Année	Commune	Modérateur	Statut
2017	ET	Modérateur en ligne	Personne Responsable

DÉPARTEMENTS & RÉGIONS  
**CYCLABLES**

**LE TOURISME À VÉLO DANS  
 LES VILLES FRANÇAISES**

DÉPARTEMENTS & RÉGIONS  
**CYCLABLES**

En partenariat avec





### 1º fase / Objectivo:

criar a ferramenta **T-MAP - Trail Traffic Calculator** para estimar utilização de qualquer percurso (com ou sem contadores) com base em contagens pontuais.

## Trails create healthier places for healthier people...all across America.

Trails and greenways are often seen narrowly when it comes to their benefits. People tend to focus on the recreational or environmental aspects of trails and greenways, failing to see the big picture—the total package of benefits that a trail or greenway can provide to communities, including public health, economic and transportation benefits, and even the effect on community pride and identity.



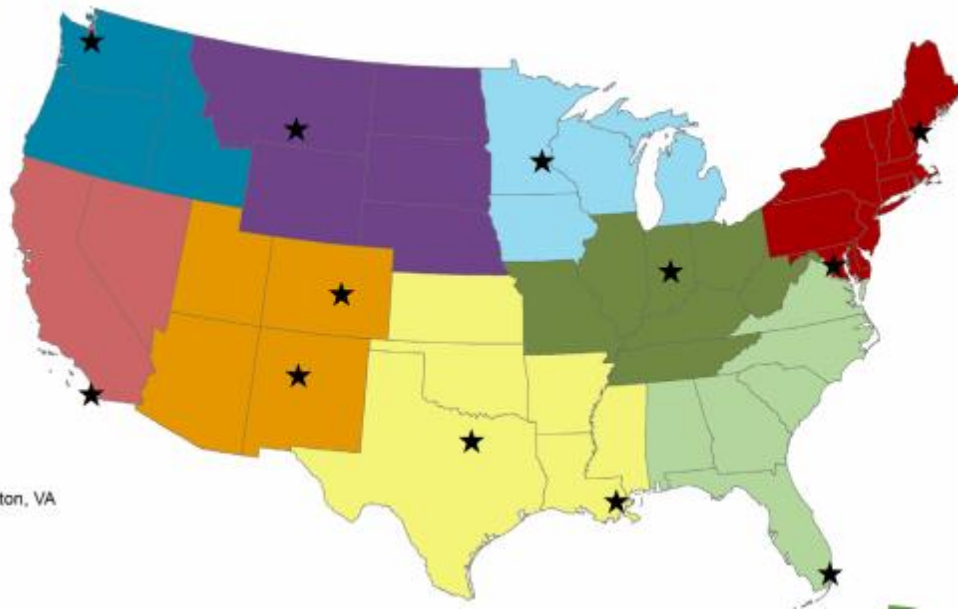


### 1º fase / Objectivo:

criar a ferramenta **T-MAP - Trail Traffic Calculator** para estimar utilização de qualquer percurso (com ou sem contadores) com base em contagens pontuais.

### Proposed Study Areas

- ★ Albuquerque, NM
- ★ Billings, MT
- ★ Colorado Springs, CO
- ★ Fort Worth, TX
- ★ Indianapolis, IN
- ★ Miami, FL
- ★ Minneapolis, MN
- ★ New Orleans, LA
- ★ Portland, ME
- ★ San Diego, CA
- ★ Seattle, WA
- ★ Washington, DC & Arlington, VA



✓ 12 contadores MULTI

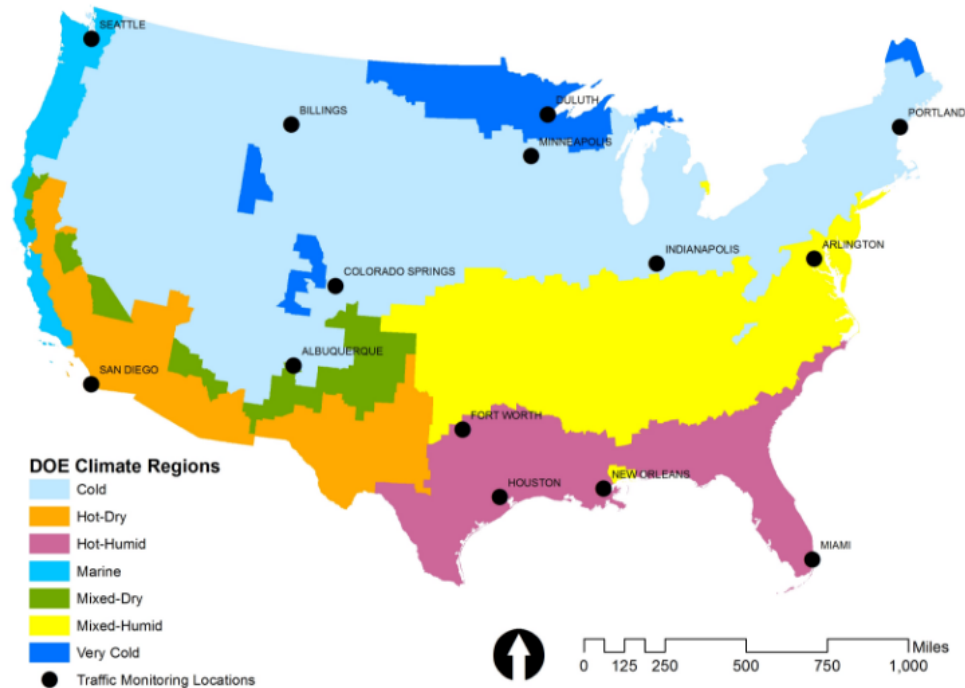
✓ 12 Estados EUA



### 1º fase / Objectivo:

criar a ferramenta **T-MAP - Trail Traffic Calculator** para estimar utilização de qualquer percurso (com ou sem contadores) com base em contagens pontuais.

- ✓ 2 a 4 semanas de contagens para reduzir o erro
- ✓ pedestres, ciclistas ou misto



Data Source: Department of Energy Building America Climate Zones  
<http://energy.gov/eere/buildings/downloads/building-america-best-practices-series-volume-72-guide-determining-climate>

Region

Mode

Counts File  Nenhum fichei... selecionado



# Trail Traffic Calculator Results

Start Date: 4/5/2016

Start Time: 8:00 AM

Trail Users Observed: 1027

Hours Observed: 12

Region: Cold

Traffic Mode: Mixed

Print This Page

Back to Calculator

## 1º fase / Objectivo:

criar a ferramenta **T-MAP - Trail Traffic Calculator** para estimar utilização de qualquer percurso (com ou sem contadores) com base em contagens pontuais.

## ■ Annual Average Daily Traffic (AADT): **1220.85 trips**

This AADT is calculated using the seasonal factoring method described in the [Federal Highway Administration's Traffic Monitoring Guide](#), Section 4.5.6. Seasonal factors were generated from a large-sample, 365-continuous dataset of 50 trail traffic monitoring stations, and are unique to each climate zone (left, below).

## ■ Annual Traffic Estimate: **445,610 trips**

## ■ Range of annual traffic estimate given length of observation period

Annual Traffic Min: **267,366 trips**

Annual Traffic Max: **623,854 trips**





# Trail Traffic Calculator Results

Start Date: 4/5/2016

Start Time: 8:00 AM

Trail Users Observed: 1027

Hours Observed: 12

Region: Cold

Traffic Mode: Mixed

Print This Page

Back to Calculator

## 2º fase / Objectivo:

conhecer os impactos sociais, económicos e de saúde pública da rede de percursos e amplificar esses resultados usando dados de contagem estimados ou reais.

### ■ Annual Average Daily Traffic (AADT): **1220.85 trips**

This AADT is calculated using the seasonal factoring method described in the [Federal Highway Administration's Traffic Monitoring Guide](#), Section 4.5.6. Seasonal factors were generated from a large-sample, 365-continuous dataset of 50 trail traffic monitoring stations, and are unique to each climate zone (left, below).

### ■ Annual Traffic Estimate: **445,610 trips**

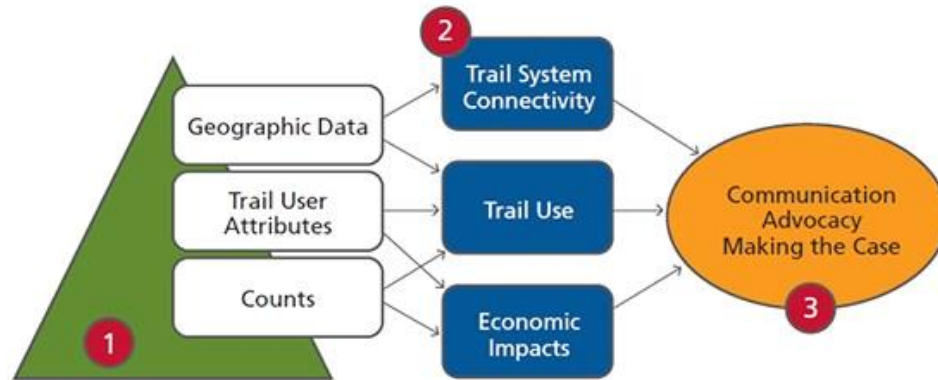
### ■ Range of annual traffic estimate given length of observation period

Annual Traffic Min: **267,366 trips**

Annual Traffic Max: **623,854 trips**

## NOTAS FINAIS

- ✓ Apenas 1 contador pode fornecer informação preciosa
- ✓ Dados automáticos e manuais são complementares
- ✓ Nunca subestimar o valor da partilha e comunicação dos dados





**Nuno Lavrador**

**+351 964 245 275**

**[info@upnorthgroup.eu](mailto:info@upnorthgroup.eu)**

**[www.upnorthgroup.eu](http://www.upnorthgroup.eu)**