



Ferð til Galapagos eyja

Sigrún Pétursdóttir

*Lokaverkefni til BA gráðu í ferðamálafræði við
Háskólann á Hólum*

Vor 2012

Staðfesting lokaverkefnis til BA gráðu í ferðamálafræði

BA ritgerðin : _____

eftir : _____

hefur verið metin fullnægjandi samkvæmt reglum og kröfum Háskólans á Hólum.

Hólum, _____

Umsjónarmaður lokaverkefna

Leiðbeinandi

Skóli:	Hólaskóli – Háskólinn á Hólum
Deild:	Ferðamáladeild
Fag:	BA – lokaverkefni
Heiti verkefnis:	Ferð til Galapagos eyja
Verktími:	19. mars 2012 – 30. apríl 2012
Nemandi:	Sigrún Pétursdóttir
Leiðbeinandi:	Ingibjörg Sigurðardóttir
Upplag:	1 eintak
Blaðsíðufjöldi:	35
Fjöldi viðauka:	2
Staður og dagsetning:	Hólar í Hjaltadal, 30. apríl 2012
Útgáfu- og notkunarréttur:	Skýrslan er opin.

Úrdráttur

Lokaverkefni þetta samanstendur af viðskiptaáætlun og skýrslu. Verkefnið fjallar um skipulagningu á ferð frá Íslandi til Galapagos eyja fyrir lítinn hóp ferðamanna.

Viðskiptaáætlunin sjálf hefur að geyma viðskiptahugmyndina, greiningu á markaðnum og markhópnum ásamt kosntaðar- og áhættugreiningu ferðarinnar. Skýrslan greinir Galapagos eyjar sem áfangastað. Fjallað er um samkeppni og gæði áfangastaða, aðdráttarafl þeirra og líftíma. Náttúrutengd og vistvæn ferðaþjónusta verður skilgreind sérstaklega og verður rýnt í markhóp vistvænnar ferðaþjónustu. Fræðilegu heimildirnar um áfangastaði og ferðamenn eru svo tengdar við áfangastaðinn Galapagos eyjar og rökstuðningur gerður fyrir því hvers vegna ferðin ætti að ganga upp í kafla um hagnýtingu verkefnis.

Lykilorð: Galapagos eyjar, áfangastaðir ferðamanna, vistvæn ferðaþjónusta, ferðaskipulagning, markhópur vistvænna ferða.

Abstract

This project consists of a business plan and a report. The aim of the project was to organise a trip from Iceland to the Galapagos Islands for a small group of tourists. The business idea, market and target group analysis and the cost and risk assessments are covered by the business plan. In the report it is determined what type of destination the Galapagos Islands are and concepts such as competition and destinations' quality, attractions and life cycle are looked into in detail. Nature based tourism and ecotourism will be defined and special attention is given to target groups for ecotourism. Theories on destinations and tourists are compared to the characteristics of the Galapagos Islands. In the concluding chapter on practical use of the project, justifications for why the plan for this trip is reasonable are made.

Key words: Galapagos Islands, tourist destinations, ecotourism, travel planning, ecotourism target group.

Efnisyfirlit

Inngangur	1
Galapagos eyjar	2
Áfangastaðir ferðamanna	3
Samkeppni og gæði áfangastaða.....	3
Aðdráttarafl áfangastaða.....	4
Líftími áfangastaða	5
Náttúrutengd ferðaþjónusta (e. nature based tourism)	7
Vistvæn ferðaþjónusta (e. ecotourism)	8
Áfangastaðir og eftirspurn ferðamanna.....	9
Skilgreining á ferðamönnum sem ferðast til vistvænna áfangastaða	9
Aðferðarfræði og verklag	10
Niðurstöður.....	12
Hagnýtt gildi.....	16
Lokaorð	16
Heimildir	18
Viðauki 1 - Ferðaáætlun.....	20
Viðauki 2 - Reglur fyrir ferðamenn um þjóðgarð Galapagos eyja.....	24
Heimildir viðauka.....	28

Myndaskrá

Mynd 1. *Lífhringur áfangastaða (e. restort life cycle)*. Bls. 6

Inngangur

Lokaverkefni þetta fjallar um undirbúning og skipulagningu ferðar frá Íslandi til Galapagos eyja í Suður Ameríku. Ásamt því að unnin verði viðskiptaáætlun, verður áfangastaðurinn Galapagos eyjar skoðaður nánar, greindur og metið verður hvaða fræðikenningar eiga við og hvernig og hvaða áhrif þær hafa á verkefnið. Þannig er hægt að skilgreina um hvers konar áfangastað er að ræða, hvar hann stendur í samkeppni við aðra áfangastaði og til þess að greina kosti hans og galla og finna út hver markhópur hans er. Fjallað verður um aðdráttarafl, samkeppni og gæði áfangastaða sem er mikilvægt að stjórnendur áfangastaða skilgreini svo að áfangastaðurinn verði sem langlífastur.

Fyrirhuguð ferð er skipulögð frá byrjun til enda í samstarfi við flugfélög, ferðaskrifstofur og hótél bæði hérlendis og erlendis. Hópurinn samanstendur af 15 ferðamönnum og einum leiðsögumanni og ferðin mun vara í tíu daga. Á Galapagos eyjum verður gist og ferðast á milli eyjanna með snekkju sem verður tekin á leigu fyrir hópinn.

Viðskiptahugmyndin er sú að skipuleggja ferðina og selja hana svo ferðaskrifstofu sem sér um markaðssetningu og sölu á henni og tekur einnig fjárhagslega ábyrgð á ferðinni.

Viðskiptaáætlunin greinir svo markaðinn og markhópin, sem er í raun sami hópur því að selja á ferðina ferðaskrifstofu sem er einnig markaðurinn sem ferðin fer inn á. Í viðskiptaáætluninni er svo einnig að finna ítarlega lýsingu á viðskiptahugmyndinni, kostnaðargreiningu og áhættugreiningu. Eftir að áfangastaðir almennt, áfangastaðurinn Galapagos eyjar og viðskiptaáætlun hafa verið gerð skil verður svo dregin ályktun í niðurstöðukafla um hvort raunhæft sé að fara í ferðina út frá einkennum áfangastaðarins og niðurstöðum viðskiptaáætlunarinnar. Hagnýtt gildi ferðarinnar verður svo metið í lokin.

Höfundur valdi þetta verkefni vegna þess að ferðalög utanlands til framandi slóða hafa lengi heillað hana. Galapagos eyjar urðu fyrir valinu því að höfundur hefur sjálfur heimsótt eyjarnar og heillast af fegurð þeirra, landslagi, náttúru, dýralífi, flóru og sögu.

Galapagos eyjar

Galapagos eyjar eru hluti af Suður-Ameríska landinu Ekvador og eru þær þekktar fyrir einstakt plöntu- og dýralíf sem að stórum hluta er einungis hægt að finna á eyjunum. Náttúrulíf eyjanna og það að dýrin óttast ekki manninn gerir það að verkum að eyjarnar standa mjög framarlega meðal áfangastaða náttúrutengdrar ferðaþjónustu (Benitez, 2001, bls. 5-6). Fyrir árið 1950 komu nánast engir ferðamenn til Galapagos eyja, fyrir utan nokkrar einkasnekkjur sem stoppuðu þar (Epler, 2007, bls. 2-4). Eftir 1950 fóru hlutirnir að breytast og árið 1959 var Charles Darwin Foundation stofnaður en það er sjóður sem er ekki rekinn í gróðaskyni, sem aðstoðar við vísindalegar rannsóknir og við að tryggja það að varðveisla eyjanna fari fram með réttu móti (Charles Darwin Foundation, á.á.). Sjóðurinn leggur áherslu á að vernda umhverfi og fjölbreytileika lífríkis eyjanna. Á sama tíma ákváðu Ekvadorsk stjórnvöld að eyjarnar ættu að verða að þjóðgarði og voru taldir góðir möguleikar á því að koma upp náttúrutengdri ferðaþjónustu á eyjunum. Árið 1978 komust eyjarnar svo á heimsminjaskrá UNESCO yfir menningarstaði (e. world heritage site) (Epler, 2007, bls. 2-4). Á árunum 1974-1977 voru göngustígar afmarkaðir og ákveðið var að ferðamenn ættu ávallt að vera í fylgd með leiðsögumanni innan þjóðgarðsins. Ferðamennska og átroðningur ferðamanna hefur vissulega áhrif á viðkvæmt vistkerfi eyjanna (Cooper og Cooper, 2010, bls. 116). Áður fyrr voru takmörk á hversu margir ferðamenn máttu heimsækja eyjarnar en í dag eru ákveðin takmörk fyrir hvern og einn áfangastað innan þjóðgarðarins um hversu margir ferðamenn mega fara þar um ár hvert. Það var árið 2007 sem UNESCO setti Galapagos eyjar undir menningarstaði í hættu vegna stöðugrar aukningar í fjölda ferðamanna til eyjanna og tegundum dýra sem höfðu flust til eyjanna og skapað hættu fyrir viðkvæmt vistkerfi eyjanna (Epler, 2007, bls. 54). Þó svo að UNESCO hafi skilgreint eyjarnar í hættu fjölgar ferðamönnum stöðugt með hverju ári. Árið 2011 heimsóttu 185.028 ferðamenn eyjarnar og skiptist fjöldinn nokkuð jafnt yfir mánuðina, en þó komu flestir í júlí og ágúst og næst flestir í apríl og maí. Árið á undan, 2010, heimsóttu 173.297 ferðamenn eyjarnar. Þá komu einnig flestir ferðamenn í júlí og ágúst mánuðum en næst flestir í október og desember. Frá árinu 2003, þegar fjöldi ferðamanna yfir árið var 91.356 manns, hefur fjöldi ferðamanna rúmlega tvöfaldast til ársins 2011 (Parque nacional Galápagos Ecuador, 2012).

Ferðamenn þurfa að greiða aðgangsgjald til að fá leyfi til að koma inn í þjóðgarðinn (sem þekkur yfir 97% af öllum eyjunum) og þó svo að aðgangsgjaldið hafi verið tvöfaldað árið 1993 hefur það ekki haft áhrif á eftirspurn ferðamanna eftir að komast til eyjanna (Benitez, 2001, bls. 9-10). Ferðamennska spilar stóran þátt í efnahagslegu framlagi eyjanna, bæði til yfirvalda

sem og til verndunar þjóðgarðsins, sem er að miklu leyti tilkomið vegna aðgangsgjaldsins. Aðgangsgjöldin eru helstu tekjur þjóðgarðsins og stuðla að verndun eyjanna og gera komandi kynslóðum þar af leiðandi kleift að njóta staðarins. Hluti aðgangsgjalda rennur til ríkisstjórnar svæðisins sem gerir það að verkum að heimamenn njóta ávinnings af ferðaþjónustunni og verða þar af leiðandi jákvæðari í garð ferðamanna á svæðinu. Viðhorf heimamanna gagnvart ferðamönnum var kannað og árið 1999 svöruðu 79% heimamanna því að þeim þætti ferðaþjónusta góð og gagnleg (e. beneficial) (Bentiez, 2001, bls. 13-14). Í dag búa um 25.000 mans á eyjunni og ár hvert fjölga íbúum eyjanna vegna atvinnutækifæra í tengslum við ferðaþjónustu (Galapagos Islands, 1998-2012).

Eyjarnar eru vinsæll áfangastaður og fjölga ferðamönnum sem heimsækja eyjarnar árlega. Að ýmsu þarf að huga svo að áfangastað vegni sem best, ekki þýðir að leyfa alltaf fleiri og fleiri ferðamönnum að heimsækja staðinn ef það ógnar vistkerfi eyjanna.

Áfangastaðir ferðamanna

Áfangastaðir ferðamanna eru jafn fjölbreyttir og þeir eru margir. Fræðimenn hafa komið fram með hinar ýmsu kenningar um áfangastaði, um þróun þeirra og aðdráttarafl, hvað gerir þá samkeppnishæfa, hvað áfangastaðir þurfa að hafa til að bera til að mæta eftirspurn ferðamanna og svo mætti lengi telja. Ferðamannastraumurinn er stöðugt að aukast og með auknum fjölda ferðamanna er nauðsynlegt að stjórnendur áfangastaða séu með á nótunum um hvernig stjórna og skipuleggja eigi áfangastað og hvernig skuli reka hann svo hann verði sem langlífastur og bestur. Einnig er mikilvægt að skilgreina hvers konar áfangastað um er að ræða hverju sinni svo hægt sé að skilgreina og laða að réttan markhóp og bjóða upp á það sem þeir sækjast eftir.

Samkeppni og gæði áfangastaða

Eins og með hverja aðra vöru eða þjónustu eiga áfangastaðir í samkeppni við aðra áfangastaði við að laða ferðamenn til sín og skiptir þá máli að gæði áfangastaðarins séu mikil og að í boði sé það sem ferðamaðurinn vill sjá og upplifa. Að mati Kozak og Rimmington (1999, bls. 273-274) eru samkeppnisyfirburðir (e. competitive advantage) yfir aðra áfangastaði mjög mikilvægur þáttur fyrir velgengni áfangastaða. Þegar ferðamenn ákveða hvaða áfangastað á að heimsækja líta þeir til allra þeirra þátta sem hann hefur uppá að bjóða, t.d. aðdráttarafl, samgöngur, gestrisni og innviði samfélagsins (Kozak og Rimmington, 1999, bls. 275).

Ritchie og Crouch í Mihalič (2000, bls. 67) settu upp Calgary módelið sem lýsir samkeppnisyfirburðum áfangastaða ferðamanna. Þar sögðu þeir kostnað og verð vera einn þátt í ákvarðanatöku ferðamanna um hvert eigi að fara. Þó er það óraunhæft að segja að áfangastaðir þar sem verð er lágt en náttúran ekki svo aðlaðandi, hafi jafn mikið aðdráttarafl og staðir sem eru náttúrulega aðlaðandi en kostar meira að dveljast á. Sífellt fleiri ferðamenn eru reiðubúnir að borga meira og sjá eitthvað sem vekur áhuga þeirra heldur en að borga lægra verð og sjá eitthvað sem er ekki eins spennandi. Ferðamennirnir eru þar að auki tilbúnir að borga aukalega til þess að upplifa og sjá aðlaðandi, hreint og mengunarlaust umhverfi (Mihalič, 2000, bls. 67).

Gæði (e. quality) umhverfis og náttúru á áfangastað sem og að halda náttúrugæðum miklum spilar mikilvægan þátt í að laða fólk að áfangastöðum. Eftirspurn ferðamanna eftir slíkum gæðum hefur áhrif á samkeppnisyfirburði áfangastaða. Til að viðhalda gæðum áfangastaða er mikilvægt að náttúran verði ekki fyrir of miklum ágangi ferðamanna og með aukinni meðvitund ferðamanna um verndun náttúrunnar hefur málið orðið að ríkjandi umfjöllunarefni varðandi áfangastaði. Fallegt landslag, náttúruleg vötn (e. hydrologic structures), hreint vatn, ferskt loft og fjölbreytt náttúru- og dýralíf geta orðið fyrir mengun og þar af leiðandi hætta ferðamenn að laðast til staðarins (Mihalič, 2000, bls. 65-66). Til eru heimildir fyrir því að fólk hætti við að fara á áfangastaði sem þeir telja mengaða, sérstaklega þar sem heilsufarsvandamál, til dæmis vegna lofts- eða vatnsmengunar, eru til staðar. Þannig þurfa stjórnendur áfangastaða alltaf að hafa í huga að stjórna þarf náttúrulegum gæðum áfangastaðarins, bæði með því að hindra það að náttúran verði fyrir hnjaski og spillist, en einnig með því að reyna að bæta úr ef að náttúran hefur þegar spillst (Mihalič, 2000, bls. 67). Náttúran er þó ekki það eina sem spilar inn í þegar ferðamenn ákveða hvaða áfangastað skuli heimsækja. Aðrir þættir, eins og til dæmis góðar samgöngur og almenn þjónusta, er mikilvæg undirstaða sem þarf að vera í lagi svo að ferðamenn laðist að áfangastaðnum.

Aðdráttarafl áfangastaða

Fræðimenn hafa sett fram mismunandi kenningar um aðdráttarafl og hvað það sé sem mestu máli skiptir þegar laða eigi ferðamenn að áfangastöðum. Samkvæmt Mihalič (2000, bls. 66) má skipta aðdráttarafl áfangastaða niður í ellefu þætti. Þeir eru; náttúruleg einkenni, veðurfar, menningarleg- og samfélagsleg einkenni, innviðir samfélagsins (e. general infrastructure), almenn þjónusta, yfirskipulagning ferðaþjónustu (e. tourism superstructure), aðgengi og

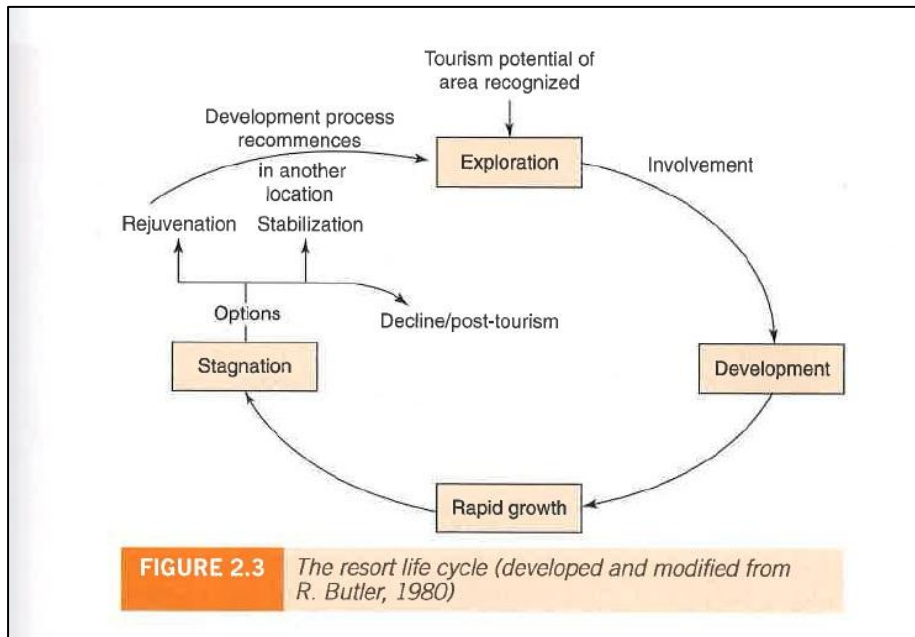
samgöngur, viðhorf heimamanna gagnvart ferðamönnum, kostnaður, samfélags- og þjóðhagslegir þættir (e. economic and social ties) og sérkenni (e. uniqueness) t.d. landslag. Aftur á móti eru það m.a. pólitískur óstöðugleiki, hreinlætisráðstafanir, heilbrigðiseftirlit, sorphreinsun og reglur varðandi komu á áfangastað, t.d. vegabréfsáritun, sem hefur fráhrindandi áhrif þegar ferðamenn ákveða hvaða áfangastað skuli heimsækja.

Kozak og Rimmington (1999, bls. 275) sögðu aftur á móti að hægt væri að skipta aðdráttarafli áfangastaða niður í tvo hluta sem mynduðu það sem helst laðaði fólk að áfangastöðum (e. attractiveness). Þeir sögðu að helstu einkenni/aðdráttarafli (e. feature) sem hefðu áhrif á val áfangastaða fælust meðal annars í veðurfari, vistfræði, menningu og hefðbundinni byggingarlist (e. traditional architecture) áfangastaða. Annað aðdráttarafli sögðu þeir vera hótél, veitingar, samgöngur og skemmtun (e. entertainment).

Fræðimönnunum virðist koma saman um að náttúruleg einkenni, veðurfar, menning og samgöngur skipti hvað mestu máli, en svo að áfangastað vegni sem best verða öll þessi atriði, ásamt fleirum, að vera í lagi. Það er ekki nóg að bjóða upp á fallega náttúru ef að gistimöguleikar og samgöngur eru ekki í lagi og þarf að huga að öllum þáttum sem koma að uppbyggingu áfangastaðar svo að hann verði sem langlífastur.

Líftími áfangastaða

Oft hefur verið talað um líftíma áfangastaða og til þess að útskýra vöxt, stöðnun og hningnun áfangastaða kom Butler (1980) fram með þá kenningu að allir áfangastaðir fylgdu sérstökum líftíma, eða vaxtarhringrás (e. cycle of growth). Það fer þó eftir því hvort um sé að ræða tilbúinn áfangastað þar sem að markmiðið hafi frá upphafi verið að laða að ferðamenn eða hvort um sé að ræða áfangastað sem uppgötvast fyrir tilviljun. Auðveldara er að mæla hvar í hringrásinni þeir áfangastaðir sem var ætlað að laða að ferðamenn eru staddir heldur en hina, því erfitt er að segja til um upphaf þeirra áfangastaða þ.e.a.s. hvenær fyrsta stig hringrásarinnar hófst (Page, 2009, bls. 44 ;Candea, Stancioiu, Mazilu, Marinescu, 2009, bls. 376).



Heimild: Page, 2009, bls. 45

Mynd 1 – Lífhiringur áfangastaða (e. Restor life cycle).

Á mynd 1 má sjá lífhiring áfangastaðar (e. restor life cycle). Í upphafi á sér stað athugun (e. exploration) þar sem áfangastaðurinn er uppgötvaður. Á þessu stigi laðast þeir fáu ferðamenn sem heimsækja áfangastaðinn að annaðhvort náttúrulegu eða menningarlegu aðdráttarafli hans. Áfangastaðurinn verður þá þekktur og vinsæll fyrir forrættindastétt (e. elite) að heimsækja. Þetta verður til þess að enn fleiri ferðamenn fá áhuga á að heimsækja áfangastaðinn (Page, 2009, bls. 44 ;Candea ofl, 2009, bls. 376).

Næsta stig líftímans kallast þátttaka (e. involvement). Á þessu stigi taka heimamenn þátt í að skipuleggja uppsetningu og þjónustu staðarins, þeir bjóða upp á aðstöðu fyrir ferðamanninn og ef við á fer að myndast háönn og lágönn á áfangastaðnum. Þessi þróun ýtir undir fleiri heimsóknir ferðamanna (Page, 2009, bls. 45 ;Candea ofl, 2009, bls. 376).

Þriðja stigið kallast þróun (e. development). Á þessu stigi koma mjög margir ferðamenn á áfangastaðinn. Hótelkeðjur og ferðaskrifstofur hafa verið stofnaðar vegna eftirspurnar ferðamanna. Á þessu stigi sækja ferðamenn frá öllum heimshornum áfangastaðinn heim (Page, 2009, bls. 45 ;Candea ofl, 2009, bls. 376).

Fjórða stigið kallst styrking eða hröð stækkun (e. consolidation eða rapid growth). Á þessu stigi skiptir ferðaþjónusta áfangastaðinn miklu máli og er orðinn mikilvægur hluti af efnahag

svæðisins. Ferðamönnum fjölgar stöðugt og á þessu stigi er nauðsynlegt að þróa betri aðstöðu fyrir þá (Page, 2009, bls. 45 ;Candea ofl, 2009, bls. 376).

Stöðnun (e. stagnation) er næsta stig hringsins. Á þessu stigi er fjöldi ferðamanna í hápunkti og áfangastaðurinn hættir að vera í „tísku“ og eftirspurnin eftir að heimsækja áfangastaðinn minnkar (Page, 2009, bls. 45 ;Candea ofl, 2009, bls. 376).

Þegar áfangastaður fer á stig stöðnunar er þrennt sem getur gerst. Áfangastaðurinn getur hnignað (e. decline), hann helst stöðugur (e. stabilization) eða að einhver nýjung eða endurnýjun er fundin, eða ráðist er í uppbyggingu eða enduruppbyggingu til þess að laða fólk á áfangastaðinn á ný (e. rejuvenation) (Page, 2009, bls. 45 ;Candea ofl, 2009, bls. 376).

Til að koma í veg fyrir hnignun áfangastaðar er mikilvægt að stjórnendur grípi inn í áður en kemur að hnignunarstiginu. Strax þegar áfangastaðurinn er á styrkingarstigi sínu eða hraðri stækkun er ráðlegt að grípa inn í og ákveða hvað skuli gera þegar staðurinn fer á stöðnunarstigið (Page, 2009, bls. 45 ;Candea ofl, 2009, bls. 376). Ferðamenn vilja í auknum mæli ferðast til áfangastaða sem búa yfir menningu sem gefur þeim færi á að læra eitthvað nýtt. Mætti sem dæmi nefna að með því að gera upp illa farna gamla byggingu sem tengist áfangastað menningarlega má draga úr hættu áfangastaðarins á að hnigna (Candea ofl, 2009, bls. 375-376).

Náttúrutengd ferðaþjónusta (e. nature based tourism)

Markhópar ferðaþjónustu eru mismunandi eftir eðli þeirrar þjónustu sem boðin er hverju sinni. Afþreying og annað sem boðið er í hverri ferð skiptir sköpum varðandi það hvers konar markhópa er reynt að ná í. Áherslur í ferðaþjónustu geta verið mismunandi. Sem dæmi um ferðaþjónustu sem má aðgreina frá ferðaþjónustu almennt, má nefna náttúrutengda og vistvæna ferðaþjónustu. Náttúrutengd ferðaþjónusta er ferðaþjónusta sem byggir á náttúrulegu umhverfi áfangastaðar og hafa ferðamenn sem hafa áhuga á villtri náttúru (e. wildlife) verið skilgreindir sem stór, vaxandi og mikilvæg hlutdeild ferðamennsku (Patterson, 2007, bls. 1-2).

Vistvæn ferðaþjónusta hefur verið tengd við náttúrutengda ferðaþjónustu og verið flokkuð sem undirgrein hennar (Hall og Boyd, 2005, bls. 3). Hún gengur þó lengra en náttúrutengda ferðaþjónustan í að virða og varðveita náttúru og heimamenn áfangastaða (Honey, 1999, bls. 3).

Vistvæn ferðapjónusta (e. ecotourism)

Hinar ýmsu skilgreiningar á vistvænni ferðapjónustu hafa komið fram. Engin ein og rétt skilgreining er til á vistvænni ferðapjónustu en hún var fyrst skilgreind sem það að ferðast til áfangastaðar í náttúrulegu umhverfi sem er ómengaður og óáreittur (e. undisturbed) með það í huga að læra, dást að og njóta landslagsins, flóru þess og dýrum ásamt menningarlegum hlutum ef við á (Diamantis, 2004, bls. 5). Alþjóðlega vistvæna samfélagið (e. The International Ecotourism Society) skilgreinir vistvæna ferðapjónustu sem ábyrgar ferðir á náttúrulega staði sem stuðla að verndun umhverfisins og bætir velferð heimamanna (Patterson, 2007, bls. 1). Út frá hinum fjölmörgu skilgreiningum sem hafa verið settar fram um vistvæna ferðamennsku er það helst náttúrutenging, fræðsla og sjálfbær þróun sem eru áhersluatriði þessarar tegundar ferðapjónustu (Diamantis, 2004, bls. 5). Í bók sinni *The Business of Ecotourism* (2007, bls. 1-2) segir Patterson frá helstu einkennum þess sem vistvæn ferðapjónusta ætti að geyma og segir að ef áfangastaður eða fyrirtæki féllu undir flesta þá punkta sem hér verða listaðir væri hægt að flokka þá sem vistvæna.

- Nota tækni við afþreyingu (e. recreation) og tjaldsvæði (e. camping) sem hefur lítil áhrif á umhverfið
- Takmarka heimsóknir ferðamanna á svæði, annaðhvort með því að takmarka stærð hópa eða með því að takmarka fjölda ferðamanna fyrir sérstakt tímabil
- Styðja við náttúruvernd svæðisins og varðveita náttúrulegar auðlindir þar sem upplifun ferðamannsins á sér stað
- Stjórnar því á hvaða svæði ferðamaðurinn má fara
- Ræður heimamenn til vinnu og notar afurðir úr heimabyggð þegar hægt er
- Hefur vitund um að náttúran er aðal aðdráttarafl staðarins og það sem laðar ferðamennina helst að
- Leiðsögumenn eru þjálfaðir í að túlka vísindalega eða náttúrulega (e. natural) sögu áfangastaðarins
- Ganga úr skugga um að villt dýralíf verði ekki fyrir áreiti
- Ber virðingu fyrir einkalífi og menningu heimamanna

(Patterson, 2007, bls. 1-2)

Oft hefur verið litið á vistvæna ferðapjónustu sem „töfralausn“ við vandamálum sem fylgja ferðamennsku. Vistvæn ferðapjónusta fjármagnar og stuðlar að verndun áfangastaða og rannsóknum á þeim, hlífir viðkvæmu vistkerfi, stuðlar að þróun í fátækum löndum, samfélög

heimamanna hafa ávinning af ferðaþjónustunni, hún stuðlar að aukinni meðvitund um viðkæmni vistkerfa og menningar, vekur upp vitund um umhverfismál og fræðir ferðamanninn (Honey, 1999, bls. 4).

Náttúrutengd og vistvæn ferðaþjónusta hafa verið skilgreindar, en einnig er mikilvægt að skilgreina markhópa þessara tegunda ferðaþjónustu.

Áfangastaðir og eftirspurn ferðamanna

Það má ef til vill segja að ný öld ferðamennsku sé að hefjast. Nú til dags hafa ferðamenn meiri áhuga á því að heimsækja óhefðbundna og afskekktu áfangastaði frekar en að fylgja straumum fjöldaferðamenskunnar eins og áður fyrr var vinsælt. Ferðamenn hafa breytt kröfum sínum og viðhorfum og kjósa frekar að ferðast til áfangastaða þar sem að ferðin er sérsniðin að hverjum og einum ferðamanni. Afskekktir og áður óþekktir áfangastaðir verða sífellt vinsælli meðal ferðamanna og mæta væntingum þeirra um einstakan (e. unique) og sérstakan áfangastað þar sem frístundir (e. leisure) eru byggðar á þörfum ferðamannsins. Nú til dags er meira byrjað að hugsa um aðdráttarafli áfangastaðar sem eina heild en ekki marga einstaka hluti af náttúrulegum, menningarlegum, listalegum eða náttúrulegum auðlindum sem laða ferðamenn á staðinn. Litið er á þessa heild sem samsettan varning (e. compound package) byggðan á framboðsmöguleikum áfangastaðarins til að mæta þörfum ferðamannsins (Cracolici og Nijkamp, 2008, bls. 336).

Skilgreining á ferðamönnum sem ferðast til vistvænna áfangastaða

The Ecotourism Society Fact Sheet Collection skilgreindi hinn almenna vistvæna ferðamann sem 35-54 ára að aldri, með háskólamenntun (e. collage) eða meiri menntun og að þeir ferðuðust yfirleitt sem pör. Í mörgum könnunum sem gerðar hafa verið meðal vistvænna ferðamanna kemur fram að þeir séu oftast vel menntaðir en niðurstöðum greinir þó á um hversu langa eða mikla skólagöngu um sé að ræða. Það sem fylgir þessari háu menntun ferðamannanna eru háar tekjur og vegna þessara háu tekna eru ferðamennirnir tilbúnir til að eyða háum fjárhæðum í ferðum sínum. Ferðamennirnir eru skilgreindir sem fagaðir og vel upplýstir, þeir vilja læra eitthvað á ferðum sínum og mikilvægt er að leiðsögumaður sé fróður og að ferðamaðurinn læri eitthvað nýtt svo að þörfum hans sé mætt (Patterson, 2007, bls. 6-8).

Hvatar að ferðalagi vistvænna ferðamanna geta verið margir. Rannsókn sem gerð var á Kanadískum vistvænum ferðamönnum leiddi í ljós að helstu hvatar þeirra til ferðalaga væru

meðal annars villt náttúra, þjóðgarðar, stöðuvötn, lækir, fjöll, gróður og dýralíf. Önnur rannsókn, gerð fyrir Alberta og British Colombia, leiddi í ljós að helstu hvatar þessara ferðamanna væri landslag og nýjar reynslur. Þeir hvatar sem standa upp úr í flestum könnunum sem gerðar hafa verið á vistvænum ferðamönnum virðast vera einstakt landslag og að taka þátt í afþreyingu utandyra, allt frá því að renna sér á skíðum í að fylgjast með villtu dýralífi (Patterson, 2007, bls. 10).

Vistvæn ferðaþjónusta hefur upp á margvíslega afþreyingu að bjóða. Vistvænir ferðamenn eru á öllum aldri en það fer þó eftir því hvers eðlis ferðin er á hvaða aldri ferðmenn eru sem sækja í hana. Ævintýraferðir sem bjóða upp á líkamlega erfiða afþreyingu laða að sér yngri ferðamenn á meðan ferðir sem eru ekki jafn erfiðar laða að sér eldri markhóp. Könnun sem Félag fuglaskoðara í Ameríku (e. American Birding Association) gerði benti til dæmis til að flestir fuglaskoðarar væru á aldrinum 40-49 ára en meðalaldur þeirra þó 50,6 ár, sem bendir til þess að færri yngri en 40-49 ára væru í þessum hópi en fleiri eldri sem hækka meðalaldurinn. Önnur könnun sem gerð var af Samtökum ferðaþjónustu í Ameríku (e. Travel Industry of America) sagði að 20% þeirra sem skoðuðu fugla og annað villt dýralíf væru yfir 55 ára, 43% þeirra væru á aldrinum 35-54 ára og það sem furðulegt þótti að 37% þeirra voru á aldrinum 18-34 ára. Þetta þótti furðulegt miðað við fyrri skilgreiningar á markhópnum þar sem aldur fuglaskoðara er sagður hærri.

Aðferðarfræði og verklag

Tilgangur verkefnisins var að skipuleggja ferð fyrir hóp ferðamanna til Galapagos eyja. Þótti besti kosturinn við skipulagningu ferðarinnar að búa til viðskiptaáætlun. Með því að gera viðskiptaáætlun fékkst góð yfirsýn yfir hvað þyrfti að skipuleggja og rannsaka svo að ferðin yrði sem best úr garði gerð. Mætti í raun segja að gerð viðskiptaáætlunarinnar hafi verið einskonar rannsókn á því hvort raunhæft væri að halda í ferðina. Hana er að finna í sér skjali sem fylgir þessari skýrslu. Með því að kanna markaðinn og markhópinn, greina áhættuþætti og reikna út heildarverð ferðarinnar og bera saman við svipaðar ferðir sem í boði eru hérlendis var hægt að meta hvort raunhæft væri að halda í ferðina eða ekki. Haft var samband við ferðaskrifstofur, hótél og flugfélög og fengin upp verð fyrir ferðina. Eftir að hafa verið í sambandi við Marciu Izquierdo, starfsmann hjá Galapagos Travel Center, var ákveðið að besta leiðin til að ferðast á milli eyjanna væri að leigja snekkju þar sem ferðamennirnir myndu einnig gista. Það þótti þæginglegasti ferðamátinn, ferðamennirnir gætu haft farangur sinn á einum stað og það ynnist tími með því að sigla á næturnar meðan ferðamennirnir sofa og þar

af leiðandi hægt að skoða meira á styttri tíma. Snekkjan rúmar einungis 16 gesti sem þýðir að hópurnir og íslenski leiðsögumaðurinn verða einu farþegarnir um borð, fyrir utan áhöfnina. Allt fæði er innifalið í leigunni á snekkjunni og náttúruleiðsögumaður frá svæðinu fylgir hópnum allan tímann. Forsendur viðskiptaáætlunarinnar fengust ýmist í gegnum netsíður, tölvupósta eða með símhringingum. Öll verð ferðarinnar eru raunverð nema verð á flugi bæði með Icelandair og flugfélaginu LAN. Þar sem ekki á að halda í ferðina fyrr en 4. apríl 2013 reyndist erfitt að fá upp flugverð. Flugfélögin gefa hvorugt upp verð á flugi með svo miklum fyrirvara og þurfti að styðjast við verð á flugi í febrúar og mars 2013. Verðin voru fengin í gegnum netsíður fyrirtækjanna og getur flugverð breyst. Þess vegna er mikilvægt að bóka flugin með góðum fyrirvara til að sem lægstu verð fáiast. Enginn árstími er betri en annar til þess að ferðast til Galapagos eyjanna. Vegna fjarlægðar eyjanna frá meginlandi Suður Ameríku og staðsetningar þeirra við miðbaug eru eyjarnar fallegar allar ársins hring. Ákveðið var þó að ferðin yrði farin í apríl 2013. Tímabilið frá desember til maí er kallað „heita árstíðin“ (e. „warm season“). Á þessum árstíma er loftslagið hlýtemrað og þar rignir. Hitastig sjávar er heitara á þessu tímabili sem gerir það auðveldara að snorkla og fuglar eyjanna eru sérstaklega athafnasamir (Horwell og Oxford, 2011, bls. 3).

Mikilvægt þótti einnig að rannsaka hvernig áfangastaður Galapagos eyjar eru og voru kostir hans og gallar metnir og samkeppnismöguleikar hans, aðdráttarafli og gæði skoðuð. Mikilvægt var að greina eyjarnar sem og meta hverskonar ferðarþjónustu er þar boðið upp á svo hægt væri að meta það hvort val á áfangastað fyrir fyrirhugaða ferð hafi verið gott og hversu líklegt það væri að áhugi ferðamanna væri fyrir því að fara í ferðina. Þegar skipuleggja á ferð sem slíka, er einnig mikilvægt fyrir þann sem skipuleggur ferðina að vera búinn að kynna sér áfangastaðinn vel. Þegar áfangastaðurinn hafði verið greindur var svo hægt að kanna hver markhópur hans væri sem var einnig mikilvægt fyrir vinnu viðskiptaáætlunarinnar svo hægt væri að meta það hvort markhópurinn hefði í raun áhuga á þessum áfangastað. Unnið var nokkurt yfirlit um áður útgefnar rannsóknir á viðfangsefninu áfangastaðir (e. literature review) sem felst í því að skoða fyrirliggjandi gögn um viðfangsefnið (Veal, 2006, bls. 52). Þó svo að markmið verkefnisins hafi ekki verið að bæta við þekkingu eða vitneskju um áfangastaði er þó nauðsynlegt að framkvæma yfirlit um rannsóknir sem hafa áður verið gerðar til að styðjast við þegar unnið er úr verkefninu (Veal, 2006, bls. 121). Fyrst og fremst var leitað eftir kenningum um áfangastaði sem tengdust Galapagos eyjum og þannig voru fræðin tengd við áfangastaðinn. Nægar rannsóknir og fræðilegar greinar um viðfangsefnið lágu fyrir og erfiðast reyndist að velja hvaða greinar væru mikilvægastar, áttu best við og skyldi nota.

Kostur var að skoða fyrirbyggjandi gögn og nýta sér þær rannsóknir sem áður höfðu verið gefnar út um efnið. Rannsóknirnar og skilgreiningarnar voru svo notaðar til rökstuðnings um ágæti fyrirhugaðrar ferðar og til greiningar á áfangastaðnum Galapagos eyjum. Takmarkanir aðferðarinnar voru þó að oft var erfitt að finna nákvæmlega það sem leitað var eftir. Eftir að heimildum um áfangastaði hafði verið safnað var leitast við að skilgreina markhóp ferðarinnar nánar. Nægar heimildir virtust einnig vera til um markhópa vistvænna ferða og margar rannsóknir hafa verið gerðar á þeim. Markhópurinn var greindur til þess að skoða hvort að skilgreiningar á honum pössuðu við það sem bjóða á í ferðinni og þar með hvort ferðin hentaði markhópnum.

Ferðin var borin saman við svipaðar ferðir sem nú eru í boði hérlendis og kannað hvort um samkeppnishæfa vöru væri að ræða og hver sérstaða hennar væri. Hagnýtt gildi verkefnisins var svo metið.

Fræðilegu heimildirnar voru helst notaðar til að rökstyðja hvers konar áfangastað væri um að ræða og hvort rökrétt væri að halda í ferðina eða ekki út frá staðreyndum um Galapagos eyjarnar og niðurstöðum viðskiptaáætlunarinnar.

Niðurstöður

Ef að litið er á ferðaáætlun fyrirhugaðrar ferðar til Galapagoseyja í viðauka 1, má greinilega flokka ferðina sem náttúrutengda ferðaþjónustu. Það sem ferðin hefur uppá að bjóða er dýralíf, fuglaskoðun, náttúra, landslag, jarðfræði, gróður, fræðsla, t.d. um varðveislu eyjanna og létt afþreying, t.d. að sigla á kajak eða árabát þegar hægt er. Framboðsmöguleikar Galapagos eyja eru fyrst og fremst villt dýralíf, náttúran, landslag, jarðfræði, gróður, fræðsla og varðveisla. Náttúrutengd ferðaþjónusta er einmitt skilgreind sem ferðaþjónusta sem byggir á náttúrulegu umhverfi áfangastaðar og hafa ferðamenn sem sækja í slíkar ferðir áhuga á villtri náttúru (Patterson, 2007, bls. 1-2). Ennfremur má flokka áfangastaðinn sem vistvænan áfangastað. Vistvæn ferðaþjónusta býður upp á náttúru, fræðslu, stuðlað er að verndun umhverfisins og sjálfbærri þróun og hagsmunir heimamanna eru í fyrirrúmi (Patterson, 2007, bls. 1; Diamantis, 2004, bls. 5). Þau einkenni sem Patterson (2007, bls. 1-2) setti fram um einkenni vistvæns áfangastaðar, sem listuð voru hér að ofan, má hæglega tengja við eyjarnar. Þar er fjöldi ferðamanna takmarkaður við hvern áfangastað innan eyjanna, stutt er að náttúruvernd meðal annars með því að setja fram reglur um hvað má og hvað má ekki (sjá viðauka 2). Borgað er gjald sem fer að hluta til til verndunar svæðisins og því er stjórnað á

hvaða svæði ferðamaðurinn fer á, sérstaklega með því að takmarka aðganginn og einnig með því að afmarka göngustíga. Hverjum hópi ferðamanna verður að fylgja leiðsögumaður af svæðinu og strangar reglur gilda um það að ekki megi snerta eða gefa dýrum að borða eða valda þeim annars konar áreiti (sjá viðauka 2). Boðið er upp á fræðslu, bæði með leiðsögumanninum og í ferðinni verða heimsóttir staðir ætlaðir til fræðslu, t.d. túlkunar miðstöðin Interpretation Center & Galapaguera þar sem boðið verður upp á sýningar um sögu, náttúru, menningu og verndun Galapagos eyja (sjá viðauka 1). Hagsmunir heimamanna eru hafðir í fyrirrúmi þar sem að hluti aðgangsgjaldsins fer til sveitarfélagsins sem skilar sér svo til heimamannanna og er viðhorf heimamanna gagnvart ferðamönnum almennt gott og telja þeir ferðamennsku á svæðinu hagnýta (Benitez, 2001, bls. 13-14). Viðhorf heimamanna skiptir einnig máli varðandi samkeppnisyfirburði áfangastaða og er gestristni sögð laða ferðamenn að áfangastöðum (Mihalič, 2000, bls. 66).

Samkeppnislega standa Galapagos eyjar framarlega meðal áfangastaða náttúrutengdrar ferðapjónustu (Benitez, 2001, bls. 5-6). Áfangastaðurinn hefur upp á aðdráttarafl að bjóða, helst tengd náttúru og dýralífi. Í fyrirhugaðri ferð mætti segja að samgöngur séu mjög góðar. Báturinn sem stendur til að ferðast með, kemur ferðamönnum á milli áfangastaða og í landi, þar sem þarf að notast við samgöngur, eru þær fríar ferðamönnum (sjá viðauka 1). Eitt af fráhrindandi atriðum sem hefur áhrif þegar ferðamaður ákveður hvaða áfangastað á að heimsækja eru reglur um komur á áfangastaðinn (Mihalič, 2000, bls. 66). Þó svo að á eyjunum gildi reglur bæði um hversu margir ferðamanna megi heimsækja hvern áfangastað innan eyjanna og eins reglur um að greiða aðgangsgjald í þjóðgarðana virðist það ekki hafa haft áhrif á eftirspurn ferðamanna eftir því að heimsækja eyjarnar. Ef til vill hefur það með það að gera að ferðamenn hafa aukna meðvitund þegar kemur að verndun náttúrunnar (Mihalič, 2000, bls. 65-66) og finnst þar af leiðandi sjálfsagt mál að lúta reglum sem stuðla að verndun og gæðum náttúrunnar. Hugsanlega gæti takmörkunin á fjölda ferðamanna inn á svæðið og gjaldið sem þarf að greiða virkað sem aðdráttarafl. Það gerir það að verkum að færri ferðamenn sjá sér fært að heimsækja áfangastaðinn sem gerir hann enn einstakari fyrir þá ferðamenn sem þangað fara.

Með því að takmarka fjölda ferðamanna fyrir hvern áfangastað innan þjóðgarðarins eftir þolmörkum hans eru gæði áfangastaðarins varðveitt og samkeppnisyfirburðum hans haldið á lofti þar sem að ferðamenn laðast að áfangastöðum þar sem náttúrugæði eru mikil og forðast áfangastaði þar sem mengun og átroðningur hefur átt eða á sér stað (Mihalič, 2000, bls. 65-67).

Ef að áfangastaðurinn Galapagos eyjar eru staðsettar í lífhring Butler, sem fjallað var um hér að ofan, mætti segja að hann sé á fjórða stigi lífhringsins, styrkingu eða hraðri stækkun. Fyrsta stig átti sér stað þegar fá skip sigldu þar um og þegar að Darwin stofnunin var sett á fót, því næst fóru Ekvadorsk stjórnvöld og heimamenn eyjanna að taka þátt í skipulagi ferðaþjónustunnar, göngustígar voru afmarkaðir og eyjarnar gerðar að þjóðgarði, uppbygging hótela og afþreyingarmöguleikar jukust og fleiri og fleiri bátar buðu upp á siglingar milli eyjanna. Í dag fjölga ferðamönnum stöðugt á milli ára og skiptir ferðaþjónusta sköpum fyrir efnahag, ekki einungis eyjanna sjálfra heldur einnig fyrir meginlandið Ekvador (Benitez, 2001, bls. 7-8).

Eins og hefur komið fram hér að ofan er mikilvægt að grípa inn í áður en áfangastaður fer á hnignunar eða stöðnunarstig sitt. Nú þegar hafa Galapagos eyjar verið settar á lista UNESCO yfir menningarstaði í hættu vegna viðkvæms vistkerfis eyjanna (Epler, 2007, bls. 54). Það að eyjarnar séu komnar á hættulista getur bæði virkað sem aðráttarafl og ekki. Ef ferðamenn halda að þessi náttúruparadís sé í hættu vilja þeir ólmir ferðast þangað áður en það verður um seinan, en aftur á móti geta ferðamenn hætt við að fara í ferðir sökum þessarar neikvæðu umfjöllunar um staðinn. Einungis ákveðinn fjöldi ferðamanna heimsækja hvern áfangastað innan Galapagos eyja ár hvert svo að ekki verði þar átroðningur. Ferðamenn greiða gjald sem er svo nýtt til varðveislu eyjanna, skilar sér til heimamanna og er notað til að búa til betri afþreyingarmöguleika fyrir ferðamenn. Eins og sjá má í ferðaáætluninni í viðauka 1 er til að mynda áfangastaðurinn Cerro Dragon nýlegur áfangastaður innan eyjanna, svo greinilegt er að verið er að reyna að finna upp nýja áfangastaði til að laða ferðamenn á staðinn. Út frá þessu mætti segja að stjórnendur áfangastaðarins séu búnir að grípa inní á réttum tíma, áður en áfangastaðurinn fer á stig stöðnunar eða hnignunar og reyna þannig að gera hann sem langlífastan. Spurningin er hinsvegar hvort að þetta inngríp sé nóg til að hamla hnignun eyjanna og að hann fari af hættustigi að mati UNESCO, en það verður tíminn að leiða í ljós.

Ef litið er til viðskiptaáætlunarinnar má sjá að ferðin er frekar kostnaðarsöm, 10 daga ferð kostar 846.622 kr. Ferðamenn eru tilbúnir til þess að borga meira til þess að upplifa og sjá eitthvað sem vekur áhuga þeirra. Til þess að sjá og upplifa aðlaðandi, hreint og mengunarlaust umhverfi eru ferðmennirnir tilbúnir að borga aukalega (Mihalič, 2000, bls 67), samanber aðgangsgjaldið inn í þjóðgarðinn. Þetta hefur sýnt sig og sannað á Galapagos eyjum þar sem að aðgangsgjald í þjóðgarðinn var tvöfaldað árið 1993 og hefur ekki haft áhrif á eftirspurn ferðamanna eftir að fá að koma og heimsækja eyjarnar (Benitez, 2001, bls. 9-10).

Markhópur ferðarinnar eru vistvænir ferðamenn og eru þeir tilbúnir til að eyða háum fjárhæðum til þess að sjá og upplifa eitthvað einstakt. Galapagos eyjar eru áfangastaður fyrir vistvæna ferðmenn sem sýnir sig meðal annars í hvötum þessara ferðamanna, sem flestir tengjast útivist, dýra- og náttúrulífi og nýjum reynslum (Patterson, 2007, bls. 10).

Snekkjan sem ferðast á með rúmar einungis 16 manns svo hópurinn er út af fyrir sig. Þar sem að ferðamenn kjósa sér sérsniðna ferð að hverjum og einum ferðamanni (Cracolici og Nijkamp, 2008, bls. 336) ætti það að heilla hversu fámennur ferðahópurinn er og að hann hafi snekkjuna útaf fyrir sig. Eins og segir í viðskiptaáætlunni verður einblínt á það að láta ferðamanninum líða eins og hann sé einstakur og reynt verður eftir bestu getu að sníða ferðina að hópnunum.

Markhópur viðskiptaáætlunarinnar eru ferðaskrifstofur þar sem stendur til að selja þeim ferðina en viðkomandi ferðaskrifstofa sér þá um sölu og markaðssetningu hennar. Íslenskar ferðaskrifstofur sem bjóða upp á svipaðar ferðir eru fáar og ekki mikið framboð á slíkum ferðum. Þar sem áhugi ferðamanna að ferðast til afskekkttra og óhefðbundra staða er sífellt að aukast og þar sem hann mætir væntingum þeirra um sérstakan og einstakan áfangastað (Cracolici og Nijkamp, 2008, bls. 336) og framboð slíkra ferða hérlendis lítið, ætti ekki að vera erfitt að selja í ferðina. Með þessum rökum er hægt að selja ferðaskrifstofu ferðina. Einnig hefur verið sagt að náttúrutengd ferðaþjónusta sé stór, vaxandi og mikilvæg hlutdeild ferðamennsku (Patterson, 2007, bls. 1-2), bendir það til þess að ef þessi tegund heldur áfram að vaxa sé góður möguleiki á því að endurtaka ferðina.

Ef tekst að selja öll sæti í ferðina eru helstu áhættuþættir eins og má sjá í viðskiptaáætluninni sjálfri, gengi dollars¹ og hækkun á flugverði sem getur orðið til þess að heildarverð ferðarinnar hækkar. Þar sem að um vistvæna ferðamenn er að ræða, sem eru vel upplýstir og menntaðir og eru tilbúnir að eyða miklum peningum á ferðum sínum (Patterson, 2007, bls. 6-8), gæti verið að þeir væru tilbúnir að borga þennan aukakostnað ef til kæmi. Hinn almenni ferðamaður er einnig sagður tilbúinn til þess að borga aukalega til að sjá og upplifa aðlaðandi, hreint og mengunarlaust umhverfi (Mihalič, 2000, bls. 67).

¹ Þegar talað er um dollar í þessari skýrslu er átt við Bandaríkjadollar nema annað sé tekið fram.

Hagnýtt gildi

Hagnýtt gildi verkefnisins er töluvert. Verkefnið er ekki byggt á tilgátum heldur raunhæfum verðum og væri auðveldlega hægt að fara í ferðina ef að ferðaskrifstofa hefði áhuga á að kaupa hana og ferðamenn áhuga á að fara í hana.

Fyrir verkefni sem þetta er nauðsynlegt að vinna viðskiptaáætlun til að byggja sterkan grunn að skipulagningu ferðarinnar. Að gera kostnaðargreiningu er hjálplegt svo að allur kostnaður sé listaður og minni líkur séu á því að einhver kostnaður gleymist. Þannig má reikna hlutfall hvers kostnaðarliðs sem er í áætluninni. Áhættumatið hjálpar til við að meta hvort áhættan sé þess virði að halda áfram með verkefnið eða hvort hún sé of mikil til að halda áfram með verkefnið. Einnig er mikilvægt að bera ferðina saman við aðrar ferðir sem eru líkar að uppbyggingu og meta þannig hvort að ferðin sé samkeppnishæf á markaði varðandi verð og gæði og til að athuga hvort nú þegar sé verið að bjóða upp á sömu vöruna. Út frá niðurstöðum viðskiptaáætlunarinnar er svo hægt að meta hvort æskilegt sé að halda áfram með verkefnið og auglýsa ferðina til sölu. Áhættan við að hefja vinnu að skipulagningu ferðar án þess að gera viðskiptaáætlun er sú að miklum tíma, vinnu og fjármagni er eytt í skipulagninguna þegar svo gæti farið að ekki sé hagkvæmt að leggja af stað í ferðina.

Að kanna fræðilegan grunn og tengja við áfangastaðinn hjálpar til við að skilgreina um hverskonar áfangastað er að ræða og hvar hann stendur í þróun. Eftir að áfangastaðurinn hefur verið skilgreindur og tengdur við fræðilegar kenningar er svo hægt að meta hvort að hann sé eftirsóknarverður áfangastaður eða ekki. Út frá skilgreiningu á áfangastaðnum má svo finna út hver markhópur hans er. Markhópurinn er svo nánar skilgreindur og ályktað hvort hann hefði áhuga á að fara í ferðina út frá fræðunum eða ekki.

Verkefnið skilar einnig hagnýtu gildi til höfundar þar sem að nú hefur hann lært hvernig eigi að skipuleggja ferðir fyrir hópa. Ferðaskrifstofur geta einnig haft hag af því að slíkt verkefni sé unnið, þar sem höfundur er með sérþekkingu á ferðamálum og að eigin frumkvæði skipuleggur hann verkefnið vegna áhuga á viðfangsefninu.

Lokaorð

Áfangastaðurinn Galapagos eyjar er náttúrutengdur og vistvænn áfangastaður sem laðar að sér vel menntaða og tekjuháa ferðamenn. Forsvarsmenn áfangastaðarins verða að leggja sig alla

fram við að vernda vistkerfi eyjanna eftir bestu getu. Nú þegar gilda strangar reglur um komu ferðamanna á svæðið en samt sem áður er vistkerfi eyjanna í hættu að mati UNESCO.

Viðskiptaáætlun var unnin ásamt kostnaðargreiningu og áhættumati. Helstu áhættuþættir verkefnisins eru gengisbreytingar þar sem að meginkostnaður ferðarinnar er gefinn upp í dollurum. Það getur orðið til þess að heildarverð ferðarinnar sveiflist og verði annaðhvort hærra eða lægra. Aðrir áhættuþættir eru verð á flugi sem getur breyst eftir því sem nær dregur ferðinni. Þess vegna er mikilvægt að bóka flugin með góðum fyrirvara til að fá þau á sem lægstu verði. Heildarkostnaður ferðarinnar er 12.699.332 kr. sem samsvarar 846.622 kr. á hvern farþega þar sem ákvörðun var tekin um að hafa hópinn ekki stærri en 15 manns. Ákveðið var að hafa hópinn ekki stærri en þetta vegna þess að ákveðið var að leygja skyldi snekkju fyrir hópinn og flestar snekkjurnar á hagstæðustu verðinu buðu einungis gistingu fyrir 16 manns. Einnig var ákveðið að hafa hópinn lítinn til að gera ferðina persónulega. Ákveðið hefur verið að ekki verði farið í ferðina, nema að fyllist í hana, vegna hás kostnaðar fyrir hvert autt pláss í ferðinni og ekki þykir raunhæft að bjóða ferðina á hærra verði en hún er á nú þegar. Nánari upplýsingar um kostnað er að finna í viðskiptaáætluninni.

Hagnýtt gildi verkefnisins er töluvert. Viðskiptaáætlunin leggur góðan og mikilvægan grunn að forvinnslu skipulagningar á ferðinni. Einnig er hagnýtt gildi í því að greina áfangastaðinn fræðilega og tengja við kenningar svo að hægt sé að bregðast rétt við. Þannig er einnig hægt að finna út hver markhópur staðarins er og þannig meta það hvort sá markhópur sé líklegur til þess að kaupa ferðina eða ekki.

Ef að ferðaskrifstofa kaupir ferðina þykir líklegt að hún verði farin. Við skoðun á þeim markhóp sem mögulega myndi fara í slíkar ferðir og áhuga hans á ferðum sem þessari kom í ljós að áhugi ferðamanna á svona ferðum er mikill og fer vaxandi. Einnig er lítið framboð af slíkum ferðum hérlendis og þar af leiðandi ekki mikil samkeppni á markaðnum.

Heimildir

- Benitez, S. (2001). *Visitor use fees and concession systems in protected areas: Galapagos National Park case study*. Sótt af http://190.2.24.138/3/biblioteca/Visitor_userfees_PAs_eng.pdf
- Candea, M., Stancioiu, F., Mazilu, M. og Marinescu, R. (2009). The competitiveness of the tourist destination on the future tourism market. *WSEAS Transaction on Business and Economics*, 6(7), 374-384. Sótt af <http://www.wseas.us/e-library/transactions/economics/2009/29-592.pdf>
- Charles Darwin Foundation. (e.d.). *Who are we*. Sótt 24. apríl 2012 af <http://www.darwinfoundation.org/english/pages/interna.php?txtCodiInfo=73>
- Cooper, P.E. og Cooper, M. (2010). *Volcano & Geothermal tourism: Sustainable Geo-resources for leisure and recreation*. Sótt af http://www.google.is/books?hl=en&lr=&id=RjWPbnRuWk8C&oi=fnd&pg=PA115&dq=galapagos+attractions&ots=vzhGxUhPd&sig=vvjuqw7trbBaNqND1H68Z59zb4Y&redir_esc=y#v=onepage&q=galapagos%20attractions&f=false
- Cracolici, M. og Nijkamp, P. (2008). The attractiveness and competitiveness of tourist destination: A study of Southern Italian regions. *Tourism management*, 30, 336-344. doi:10.1016/j.tourman.2008.07.006
- Diamantis, D. (2004). *Ecotourism*. London: Thomson.
- Epler, B. (2007). *Tourism, the Economy, Population Growth, and Conservation in Galapagos*. Sótt af http://cpps.dyndns.info/cpps-docs-web/planaccion/docs2011/oct/turismo_biodiv/Doc.15.Epler_Tourism_Report-en_5-08.pdf
- Galapagos Islands. (1998-2012). *Environmental Issues of the Galapagos*. Sótt 24. apríl 2012 <http://www.galapagosislands.com/galapagos-conservation/galapagos-environment.html>
- Hall, M. og Boyd, S. (2005). *Nature-based tourism in peripheral areas: development or disaster?* Clevedon: Channel View.
- Honey, M. (1999). *Ecotourism and Sustainable Development: Who owns paradise?* Washington, D.C: Island Press.
- Horwell, D. og Oxford, P. (2011). *Galapagos Wildlife*. Sótt af http://www.google.is/books?hl=en&lr=&id=YfrvysRy30YC&oi=fnd&pg=PP1&dq=galapagos+in+the+resort+life+cycle&ots=LRmt4vjoai&sig=luqreqZmom3SDhmr8ME83AjVRI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Kozak, M. og Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. *Hospitality Management*, 18, 273-283. doi:10.1016/S0278-4319(99)00034-1
- Mihalič, T. (2000). Environmental management of a tourist destination A factor of tourism competitiveness. *Tourism Management*, 21, 65-78. doi:10.1016/S0261-5177(99)00096-5

- Page, S. (2009). *Tourism management: managing for change*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Parque nacional Galápagos Ecuador. (2012). *Statistics of visitors to Galapagos*. Sótt 23. apríl 2012 af http://galapagospark.org/onecol.php?page=turismo_estadisticas
- Patterson, C. (2007). *The Business of Ecotourism: Third edition*. Sótt af http://www.google.is/books?hl=en&lr=&id=pkxcyfLqvucC&oi=fnd&pg=PR7&dq=The+Business+of+Ecotourism&ots=ZAqIDzGvb6&sig=TnlisEAoERPk_8Ly8PjTG5SXZF4&redir_esc=y#v=onepage&q=The%20Business%20of%20Ecotourism&f=false
- Veal, A.J. (2006). *Research methods for leisure and tourism: a practical guide*. Harlow: Financial Times Prentice Hall.

Viðauki 1 - Ferðaáætlun

4. apríl - fimmtudagur

Lagt af stað frá Keflavíkurflugvelli með Icelandair kl. 17:05 og lent á JFK flugvelli í New York kl. 19:05.

22:55 er svo flogið áfram frá New York til Guayaquil, Ekvador þar sem landing er kl. 05:35 næsta morgun að staðartíma.

Galapagos eyjar

5. apríl - föstudagur

Flogið til Galapagoseyja þar sem hópurinn lendir á eyjunni Baltra og farið verður í snekkjuna Beluga sem verður svo ferðast með næstu átta daga.

Sigt til eyjunnar Santa Cruz þar sem Dragon Hill verður skoðað. Dragon Hill (Cerro Dragon) er nýlegur áfangastaður Galapagos eyja. Þar er að finna lón sem er saltara en sjórinn (e. hypersalanic) og fuglalíf, svo sem flamingo fugla, háleggi (e. common stilt), endur með spjótlaga stél ásamt öðrum tegundum.

6. apríl - laugardagur

Sigt til eyjunnar Santa fe. Gengið verður að fallegum útsýnispunkti í klettum eyjarinnar og að kaktusskógi sem einnig er að finna á eyjunni. Þar er einnig hægt að sjá landeðlur (e. iguanas) og risavaxna túnfiska.

Síðar um daginn verður ferðinni haldið áfram til South Plaza eyjunnar. Þessi eyja sem myndaðist við eldgos hefur að geyma bratta kletta og er þakin kaktusum (e. optuna cacti). Þar er einnig að finna plöntuna Sesuvium. Eitt stærsta sambýli sæljóna er þar að finna ásamt bæði rauðum og gulum landeðlum. Fuglalíf er einnig á eyjunni en þar má finna skrofur (e. audubon's shearwaters), máva (e. Swallow-tailed Gulls) og bláfættar súlur (e. Nazca Boobies). Á eyjunni verða gengnir um tveir og hálfur kílómetrar.

7. apríl - sunnudagur

Deginum verður eytt á San Cristobal eyjunni. Fyrst verður Witch Hill heimsótt en það er ein fallegasta strönd Galapagos eyja með hvítum duftkenndum sandi, tærum sjó og ofgnótt af dýralífi, svo sem sjávarskjaldbökur (e. sea turtles), skötur og margar tegundir af bláfættum súlum. Í sjónum er tilvalið að snorkla þar sem meðal annars er hægt að sjá hitabeltis-fiska (e. tropical fish) og kóral (e. sponge coral). Einnig má sjá sæljón, strandfugla (e. shore birds),

finkur og hermíkrákur (e. mockingbird). Fyrir þá sem vilja er hægt að fara út á sjó á kajak eða árabátum eða fara í gönguferð.

Því næst verður Kicker Rock skoðaður en það er klettur í sjónum í rúmlega tveggja klukkutíma fjarlægð frá San Cristobal. Þar er ekki hægt að komast í land en staðurinn er kjörinn til þess að snorkla, þar sem sjá má hákarla, hitabeltis-fiska, skjaldbökur, manta-skötur (e. manta rey), sleggjuháfa (e. hammerhead sharks), og einstaklega fallega lögum klettans. Þar má einnig sjá sjófugla.

El Junco Lagoon er eitt af fáum stöðugum ferskvatnslónum á eyjunum. Þar koma hinir einstöku freigátufuglar (e. frigate birds) til að þrifa saltið af vængjum sínum ásamt fleiri fuglum. Staðurinn er tilvalinn til fuglaskoðunar.

Tijeretas Hill er einnig tilvalin til fuglaskoðunar, sérstaklega freigátufugla og þar má einnig finna fjölbreytta flóru. Einnig er í boði að snorkla eða stinga sér til sunds í sjónum.

Síðasti viðkomustaður dagsins er the Interpretation Center & Galapaguera. Þar er boðið upp á sýningar um sögu náttúru, menningu og verndun Galapagoseyja. Þar má einnig sjá risavaxnar skjaldbökur sem lifa í bakgarði sýningarhússins.

8. apríl - mánudagur

Española eyjan verður heimsótt með tveimur viðkomustöðum. Fyrst verður Garden Bay heimsótt en sá staður er mökunarstaður næstum því allra Galapagos-albatrosa (e. waved albatross). Hvítur sandur strandarinnar er þakinn í sæljónum og er tilvalið að slappa þar af. Einnig er gaman að snorkla og skoða steinlalgt undirlagið og má þar sjá litríka fiska. Fyrir þá sem vilja er hægt að fara í stutta göngu, um einn kílómetur.

Á næsta viðkomustað, Suarez Point, má meðal annars finna bláfættar súlur, albatrosa, Galapagos hauka, hermíkrákur og hrauneðlur (e. lava lizards). Landslagið er mjög fallegt og stærsta aðdráttarafl staðans er blásturshola sem þrýstir vatni langt upp í loftið. Til að komast að blástursholunni þarf að ganga frekar erfiða þriggja kílómetra leið.

9. apríl - þriðjudagur

Fimmta degi ferðarinnar verður eytt á eyjunni Santa Cruz þar sem byrjað verður á því að skoða Charles Darwin Station. Þar má sjá fjöldann allan af landskjaldbököm, allt frá 8 cm löngum upp í 1,2 m langar.

Seinni part dags verður svo farið á hálendi Santa Cruz (e. Santa Cruz highlands). Þar verður gengið í einstaklega fallegum hellum sem mynduðust við eldgos (reikna má með að gengið verði um tvo og hálfan kílómetur). Þar má einnig sjá villtar landskjaldbökur.

10. apríl - miðvikudagur

Byrjað verður á því að heimsækja litla eyju sem heitir Kínverski hatturinn (e. Sombrero Chino). Nafnið er dregið af lögun eyjarinnar sem í fjarlægð lítur út eins og kínverskur hattur. Á eyjunni má finna hella, einstakt hraun, hvítar strendur, landkrabba, sæljón, amerískan tjald, sjávareðlur (e. marine iguana), pelíkana ásamt nokkrum öðrum tegundum fugla og eðla. Staðurinn er einstakur til að snorkla þar sem hægt er að sjá mörgæsir frá Galapagos, sæljón og hvítugga hákarl (e. White Tipped Reef Sharks).

Því næst verður siglt til næstu eyju, Santiago. Þar verður hægt að ganga upp á hæsta tind eyjunnar þar sem óvirk eldstöð er og frábært útsýni. Landslag eyjunnar er einstakt og sagt vera eins og á tunglinu. Gangan upp á topp eldfjallsins getur þó verið fremur brött, hún er þó ekki nema 114 metrar en ganga þarf upp 375 tröppur til að komast upp á topp. Fyrir þá sem ekki treysta sér uppá topp er hægt að njóta þess að fara á ströndina, kíkja í sjóinn þar sem er líklegt að rekast á mörgæsir og mikið af fallegum litríkum fiskum eða gengið um og skoðað einstakt plöntulíf eyjunnar.

11. apríl - fimmtudagur

Sjöunda og næst síðasta degi ferðarinnar verður eytt á eyjunni Genovesa. Fyrst verður farið í göngu (um einn og hálfan kílómetur) þar sem gengið verður fram hjá fenjaviðum (hitabeltistré) sem eru full af hinum ýmiskonar fuglum. Gengið verður upp að aðfallspollum (e. tidal pools) þar sem má sjá sæljón að leik. Endað verður á útsýnispalli þar sem má sjá frábært útsýni yfir eyjuna og sjóinn.

El Barranco, sem hefur einnig verið kallað Prince Phillip's steps er grýtt leið sem leiðir upp að háu hengiflugi (e. cliff-face) þar sem má njóta stórkostlegs útsýnis. Þar má sjá Paolo Santo gróður sem þekktur er á nokkrum stöðum í Suður-Ameríku. Þar má einnig finna rauðfættar súlur (e. red-footed Boobies), uglur (e. Short-eared Lava Owls), Galapagos svölur og Galapagos dúfur.

12. apríl - föstudagur

Á síðasta degi ferðarinnar verður aftur siglt til Santa Cruz eyjunnar. Þar verður farið með árabát til Black Turtle víkur (e. cove). Svæðið er þakið í hitabeltistrjám og er einungis hægt að komast í víkina með litlum bátum, árabátum eða gúmmíbátum. Þar má sjá litla sleggjuháfa (e. hammer shark babies), skötur, sjávarskjaldbökur og mikið af sjófuglum.

Seinni part dagsins verður svo flogið frá eyjunni. Gist verður eina nótt á Murali Hostal í Guayaquil.

(Galapagos Islands, 1998-2012)

13. apríl - laugardagur

Flogið frá Guayaquil kl. 14:00 og lent í New York kl. 21:45. Gist á Comfort Inn JFK Airport hotel.

14. apríl - sunnudagur

Frjáls dagur í New York borg, flogið heim til Íslands kl. 20:35, hópurnir hittist á hótelinu fjórum tímum fyrir brottför og allir fara saman út á flugvöll.

Aðrar upplýsingar


Það sem ekki er innifalið í verði er gjald fyrir ESTA (Electronic System for Travel Authorization) sem er rafræn ferðaheimild sem þarf að sækja um svo leyfilegt sé að ferðast til Bandaríkjanna. Farþegar þurfa sjálfir að sjá um að sækja um þessa ferðaheimild, en einungis þeir sem hafa ekki sótt um hana síðustu tvö ár þurfa að greiða gjald fyrir, annars þarf bara að breyta upplýsingum um flug og gistingu. Hægt er að nálgast frekari upplýsingar og aðgang inn á síðu Icelandair undir upplýsingum (Icelandair, 1999-2012, A). Einnig þarf að senda inn APIS (Advance Passenger Information System), sem eru farþegaupplýsingar, áður en lagt er af stað. Hægt að nálgast frekari upplýsingar um APIS inn á heimasíðu Icelandair, en hringja þarf í fjarsölu Icelandair í síma 505-0100 til að fylla inn APIS upplýsingar þar sem um hópaferð er að ræða (Icelandair, 1999-2012, B). Það er alfarið á ábyrgð ferðamannsins að skila bæði inn ESTA og APIS upplýsingum áður en haldið verður af stað í ferðina.

Ekki er innifalið í verði flutningur til og frá Murali Hostal í Guayaquil. Hótelið er einungis í 5 mínútna fjarlægð frá flugvöllinum, hópurnir tekur leigubíl og ætti ekki að kosta nema um 3-5 dollara hver bíll.

Á snekkjunni Beluga er allur matur innifalinn. Drykkir í flöskum eru þó ekki innifaldir í verði. Allar samgöngur í landi, þar sem boðið er upp á þær, eru fríar.

Þjófnef er ekki innifalið í verði. Velkomið er að borga þjófnef en ekki er þó sérstaklega ætlast til þess.

Viðauki 2 - Reglur fyrir ferðamenn um þjóðgarð Galapagos eyja




Bienvenido/a a Galápagos
¡Usted es parte de la conservación de este Patrimonio Natural de la Humanidad!

Cumpla con las siguientes reglas:

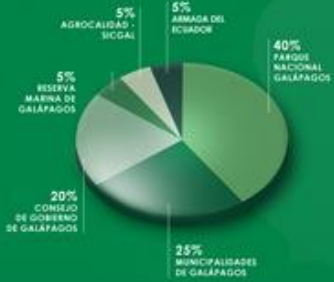
Welcome to the Galapagos Islands, as a visitor to this National Park and World Heritage site, please do your part to promote their conservation.

Denuncie cualquier irregularidad a:
Report any irregularities to:
turismo@spng.org.ec



TRIBUTO POR INGRESO A LAS ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS DE GALÁPAGOS

GALAPAGOS NATIONAL PARK ENTRANCE TRIBUTE




Entidad	Porcentaje
Parque Nacional Galápagos	40%
Municipios Bases de Galápagos	25%
Consejo de Galápagos	20%
Reserva Marina de Galápagos	5%
Adrocalidad - SICGAL	5%
Armada del Ecuador	5%

Este tributo se invierte en obras de infraestructura ambiental, turística, educación, investigación, control, manejo y saneamiento de las áreas naturales protegidas de Galápagos.

This tribute is shared as shown on the graphic above and spent on conservation efforts and into sustainable local development.


1.



Las visitas a las áreas protegidas de Galápagos, sólo pueden efectuarse en compañía de un Guía Naturalista autorizado por la Dirección del Parque Nacional Galápagos.

Visitors to any protected areas in the National Park, have to be accompanied by a Licensed Galapagos National Park Guide.

2.



Contrate los servicios de operadores turísticos y embarcaciones autorizadas para trabajar en las áreas protegidas de Galápagos. ¡Asegúrese que su experiencia sea inolvidable!

If you want your trip to Galapagos to be an enjoyable one, please use the services of authorized tour operators and /or tour boats.

3.



Permanezca en el interior de los senderos y respete la señalización. No destruya su infraestructura. Su seguridad y la conservación de los recursos naturales son importantes.

To help with conservation and for your security at the visitor sites, please stay within the marked trails.

4.



Mantenga una distancia no menor a dos metros de los animales para no afectar su comportamiento. Si los toca, los altera.

Please keep your distance from the wildlife. A distance of two meters (6 ft) is required. Do not touch the animals or allow them to touch you.

5.



Evite alimentar a los animales de Galápagos, ya que causa daños en su salud. Ellos pueden alimentarse solos.

Do not feed the wildlife, they can feed themselves and you will alter the balance of nature.

6.



Tome fotografías sin flash, así evitará alterar el comportamiento normal de la vida silvestre. Filmaciones y fotografías profesionales con fines comerciales necesitan autorización de la Dirección del Parque Nacional Galápagos.

Do not use flash on the wildlife; it can alter their natural way of life. Professional photographers and filmmakers have to have National Park authorization.

7.



Si desea acampar, hay sitios permitidos donde puede hacerlo. Solicite una autorización con 48 horas de anticipación en las oficinas de la Dirección Parque Nacional Galápagos en las diferentes Islas pobladas.

There are authorized camping sites on the Galapagos and you may use them asking for authorization 48 hours in advance. Please visit the National Park office on the island you are visiting.

8.



Los alimentos, plantas y animales ajenos a Galápagos amenazan las Islas. Colabore con los sistemas de inspección y cuarentena ubicados en los aeropuertos y muelles de las Islas. Revise la lista de productos permitidos para su ingreso.

Please fully cooperate with the environmental inspection and quarantine services during your visit. Introduced plants, animals and certain types of food which are not native to the islands are a very serious threat to the Galapagos ecosystems.

9.



Los souvenirs hechos con coral negro, conchas, piedras volcánicas, partes de animales y maderas endémicas, el consumo de especies en veda; constituyen una actividad ilegal. ¡No los compre, no los consuma y denuncie su venta!

Souvenirs, made from black coral, shells, volcanic rocks, animal parts and native woods are illegal to buy and remove from the islands, also eating certain species out of season is illegal. Denounce these activities to the authorities.

10.



Escribir frases en rocas, árboles y paredes, alteran el paisaje natural de las Islas. ¡Mantengamos su belleza escénica en su mayor estado natural posible!

All types of graffiti on rocks, trees and walls is illegal please do not be tempted to ruin the beauty of the scenery.

11.



Si genera basura, guárdela; llévela consigo hasta los centros poblados y colabore con los programas de reciclaje. La basura genera impactos negativos sobre el paisaje, la vida de los humanos y la de los animales.

Rubbish, garbage, trash of all types should be kept on your person and deposited in the correct recycling containers on your return to the populated areas. Please show your conservation attitude and do your part to keep Galapagos litter free.

12.



El fuego es un peligro para la flora y fauna de las Islas, fumar o hacer fogatas dentro del área protegida no está permitido.

Smoking and/or camp fires are forbidden within the National Park, they are a danger to the Flora and Fauna.

13.



La pesca a bordo de las embarcaciones de turismo está prohibida. Colabore denunciando esta irregularidad a las autoridades de la Dirección del Parque Nacional Galápagos y la Armada del Ecuador.

It is forbidden to do any type of fishing activity from tour boats. Please denounce this activity to the National Park Service or the Ecuadorian Navy.

14.



Los deportes acuáticos motorizados, el uso de submarinos y el turismo aéreo no están permitidos. Disfrute de un contacto más natural en este bello lugar del Planeta.

Motorized aquatic sports, mini subs, and aerial tourism are not permitted in the National Park.

(Parque Nacional Galápagos Ecuador, 2012)

Heimildir viðauka

Galapagos Islands. (1998-2012). *Beluga Yacht*. Sótt 2. apríl 2012 af

<http://www.galapagosislands.com/first-class-cruises/beluga/beluga-itineraries-2012.html>

Icelandair. (1999-2012). A. *ESTA*. Sótt 8. apríl 2012 af

<http://www.icelandair.is/information/before-you-go/esta/>

Icelandair. (1999-2012). B. *APIS*. Sótt 8. apríl 2012 af

<http://www.icelandair.is/information/before-you-go/apis/>

Parque Nacional Galápagos Ecuador. (2012). *Rules for visitors of the Galapagos protected areas*. Sótt 16. apríl af

http://galapagospark.org/onecol.php?page=turismo_reglas_visitantes