



2012

INFORME DEL SECTOR DEL VINO EN EE.UU.



Realizado por la Oficina Comercial de Perú en Miami



INFORME DEL SECTOR DEL VINO EN EE.UU.

Mayo 2012

1. Industria del vino en EE.UU.

1.1. Producción local

Los últimos datos disponibles de producción local de uva de vino son los del año 2010, y se describen a continuación en este apartado. El resto de datos de ventas al menor, las importaciones y exportaciones de vino corresponden en su mayoría al 2011.

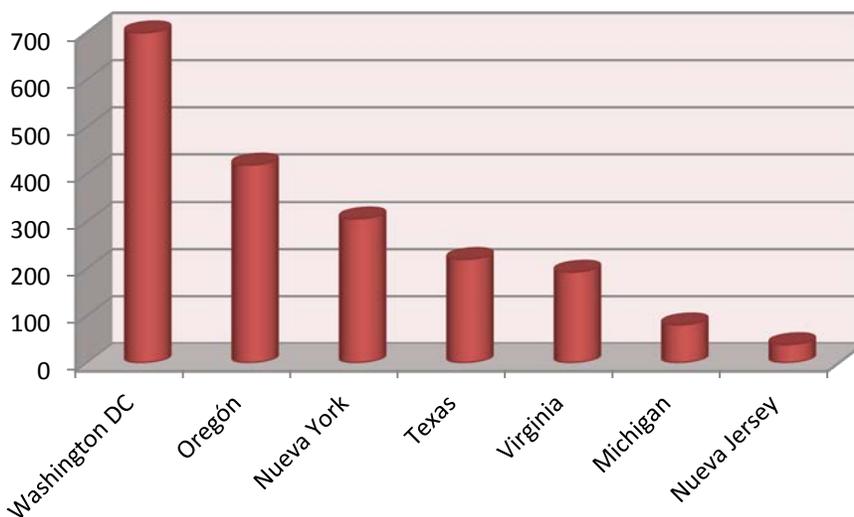
Según los datos publicados por la Organización de Agricultura y Alimentos de las Naciones Unidas (FAO, siglas en inglés), Estados Unidos es el cuarto país productor de vino a nivel mundial. Se encuentra en el puesto número seis del ranking mundial en cuanto a áreas cultivadas de viñedos, con 4,500 km², siguiendo a Francia, Italia, España, China y Turquía. En EEUU hay en la actualidad aproximadamente 23,000 campos con cultivo de uvas, 90% de los cuales cuentan con terrenos inferiores a 40 hectáreas. De todos los campos, la Administración de Comercio Internacional de EEUU (ITA, siglas en inglés) estima que entre 14,000 y 16,000 son viñedos.

La producción nacional de vino en el 2010 superó los 2.2 millones de toneladas (8.4% del total mundial), luego de Italia (17.5%), Francia (17.3%) y España (13.8%). La cifra alcanzada supone alrededor de un 10% menos que el año anterior, debido principalmente a las adversas condiciones climatológicas sufridas en California (principal estado productor, con casi el 90% del total nacional) durante la época de cultivo y cosecha de los viñedos.

Los vinos de EEUU son en su mayoría *monovarietales*, es decir, son producidos a partir de un único tipo de uva. Las uvas pueden tener diversos orígenes, aunque fundamentalmente son francesas. El principal tipo de uva cultivada en EEUU es Chardonnay, seguida de las variedades Cabernet Sauvignon, Zinfandel, Merlot, Pinot Noir, French Colombard, Syrah, Sauvignon Blanc, Pinot Gris y Rubired.

Hay al menos una bodega certificada en cada uno de los 50 estados, acumulando California 3,364 del total en el 2010. En la *figura 1* se detalla el número de bodegas en los principales estados: Washington DC (700), Oregón (419), Nueva York (306), Texas (220), Virginia (193), Michigan (81) y Nueva Jersey (39).

Figura 1: Número de bodegas por estados de EEUU (excl. California)



Fuente: ITA – US Wine Industry 2011

1.2. Exportaciones de EE.UU.

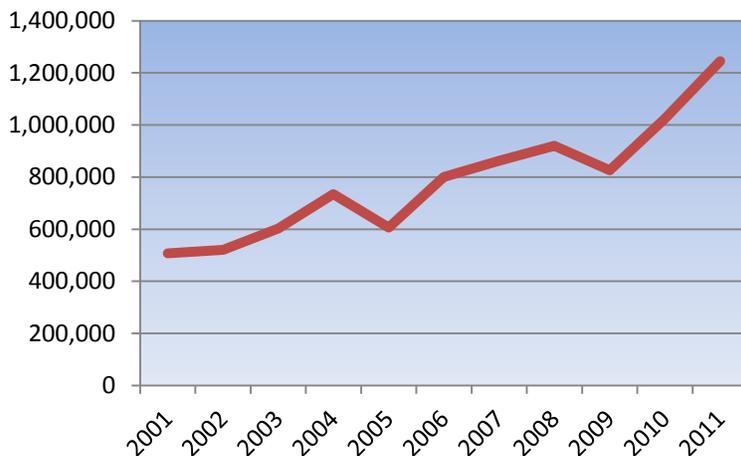
Los análisis realizados en este informe para las importaciones y exportaciones de vino tienen en cuenta los diferentes tipos de vino incluidos bajo la partida arancelaria 2204 del código HTS de EE.UU.

Partida	Descripción
2204	<i>Vino de uvas frescas, incluyendo vino fortificado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09.</i>
2204.10.00	<i>Vino espumoso *</i>
2204.21.20	<i>Vino efervescente (en envases de 2L o menos)*</i>
2204.21.30	<i>Otros vinos (en envases de 2L o menos) con no más de 14% de alcohol, del tipo Tokay</i>
2204.21.50	<i>Otros vinos (en envases de 2L o menos) con no más de 14% de alcohol, diferentes a los del tipo Tokay</i>
2204.21.60	<i>Otros vinos (en envases de 2L o menos) con más de 14% de alcohol, del tipo Marsala</i>
2204.21.80	<i>Otros vinos (en envases de 2L o menos) con más de 14% de alcohol, diferentes a los del tipo Marsala</i>
2204.29.20	<i>Otros vinos (en envases de más de 2L hasta 4L) con no más de 14% de alcohol</i>
2204.29.40	<i>Otros vinos (en envases de más de 2L hasta 4L) con más de 14% de alcohol</i>
2204.29.60	<i>Otros vinos (en envases de más de 4L) con no más de 14% de alcohol</i>
2204.29.80	<i>Otros vinos (en envases de más de 4L) con más de 14% de alcohol</i>
2204.30.00	<i>Otros mostos de uva</i>

***Nota:** Según fuentes del sector, el Champán es un vino efervescente cosechado solamente en la región de Champagne en Francia. El resto de vinos efervescentes no cultivados en esa región son considerados vinos espumosos o espumantes. De ahí se podría interpretar que los vinos correspondientes a la partida 2204.21.20 son champán, mientras que el resto quedarían recogidos en la partida 2204.10.00, aunque no hay indicaciones al respecto en la clasificación arancelaria de EE.UU.

Así, las exportaciones de vino de EEUU crecieron 21.6% en valor en el 2011 con respecto al año anterior, superando los \$1,245 millones. La *figura 2* muestra la evolución de las exportaciones en los últimos diez años.

Figura 2: Evolución de las exportaciones de vino de EEUU (en miles de dólares)

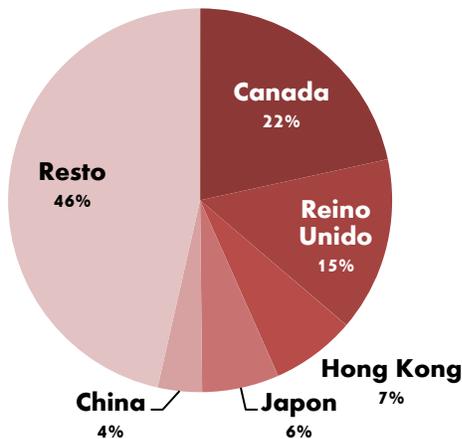


Fuente: USITC

Más del 60% de las exportaciones por valor del 2011 correspondieron a vino en envases de 2 litros o menos y con no más de 14% de contenido de alcohol. Las exportaciones de este tipo de vino aumentaron 17.6% en el último año.

Los principales destinos de las exportaciones estadounidenses de vino, por valor, son Canadá (adonde se destinó el 22% del total de 2011), Reino Unido (15%), Hong Kong (7%), Japón (6%) y China (4%), tal y como muestra la *figura 3*.

Figura 3: Destinos de las exportaciones de vino de EEUU en el 2011 (cuotas en %)



Fuente: USITC

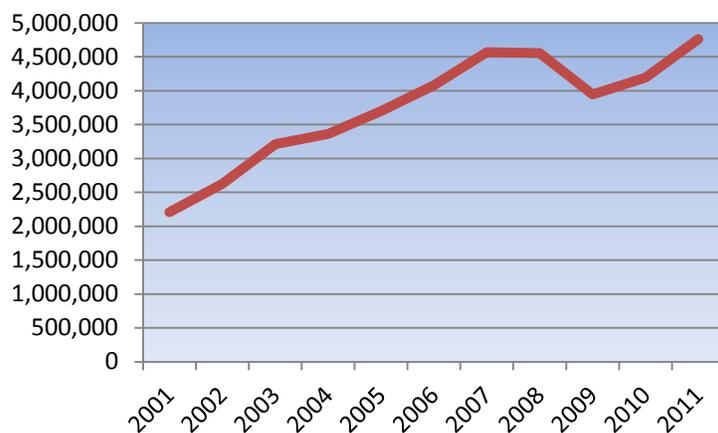
1.3. Importaciones de vino en EE.UU.

El consumo de vino en EE.UU hace necesarias las importaciones, ya que la producción local no es suficiente para hacer frente a la demanda interna, que además parece reclamar una oferta más variada de producto. Así, sumado al crecimiento del consumo de vino en el país, las importaciones han presentado una tendencia creciente en la última década, a excepción de los descensos en el 2008 y el 2009 como efecto de los peores años de la crisis económica (ver *figura 4*).

En el 2011 se importaron cerca de \$4,800 millones, 13.5% más que el año anterior. Los principales países proveedores son: Italia (31.29% del total de vino importado en el 2011), Francia (25.74%), Australia (11.62%), Argentina (7.16%), España (6.23%) y Chile (6.17%), como se aprecia en la *figura 5*.

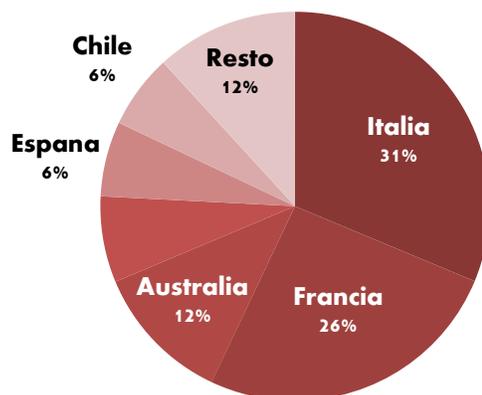
Perú tuvo una representación de \$502,000, y a pesar de ser una cifra algo escasa (0.01% del total importado), ha llegado a exportar a EE.UU casi el doble que en el 2005. Además, EE.UU es el principal país destino del vino peruano, siendo el importador más fiel al producto en los últimos años.

Figura 4: Evolución de las importaciones de vino en EE.UU (en miles de dólares)



Fuente: USITC

Figura 5: Origen de las importaciones de vino en EE.UU en el 2011 (cuotas en %)



Fuente: USITC

El 71% de las importaciones, en valor, correspondió a aquellos vinos en envases de 2 litros o menos, con no más de 14% de alcohol, y diferentes a los del tipo Tokay. Por su parte, los vinos efervescentes en envases de 2 litros o menos aumentaron sus importaciones en valor más de cuatro veces las del año 2010.

A continuación, en la *figura 6* se muestran los precios unitarios promedio de las importaciones por origen, así como su cambio porcentual en el último año. Se incluyen los diez principales países proveedores, en valor, además de los datos del vino importado de Perú, el cual ha aumentado su precio promedio de importación en 1.2% en el 2011.

El 95% del vino peruano exportado a EEUU en el 2011, en valor, fue aquel en envases no superiores a 2 litros, con 14% de alcohol como máximo, y diferente al del tipo Tokay. El resto fueron vinos espumosos, y otros vinos no espumosos con 14% de alcohol o menos y en envases de 2 a 4 litros.

Figura 6: Precio unitario promedio de las importaciones de vino, por origen y en \$/litro

País	2010	2011	Cambio porcentual 2010 - 2011
	US\$/litro		
Italia	5.083	5.251	3.30%
Francia	10.889	12.46	14.40%
Australia	2.85	3.021	6.00%
Argentina	3.075	2.62	-14.80%
España	4.952	4.044	-18.30%
Chile	2.254	2.498	10.80%
Nueva Zelanda	6.232	6.068	-2.60%
Alemania	4.587	4.962	8.20%
Portugal	5.574	5.625	0.90%
Sudáfrica	3.422	3.786	10.60%
Perú	3.823	3.87	1.20%

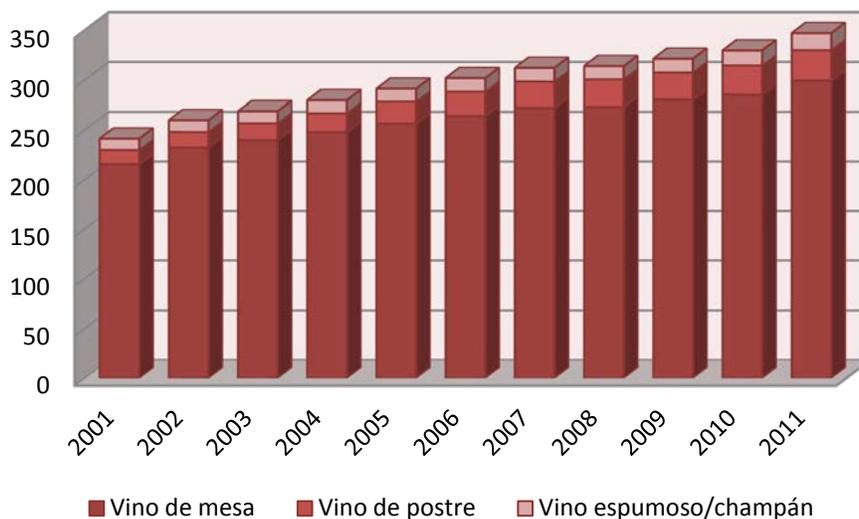
Fuente: USITC

2. Ventas y hábitos de consumo

Según datos del Instituto del Vino, las ventas totales de vino en EEUU alcanzaron la cifra de 347 millones de cajas de 9 litros en el 2011, un 5.3% más que el año anterior. El valor estimado de estas ventas es de \$32,500 millones (+8.33% con respecto al 2010), lo que coloca al país en el primer puesto mundial.

El 86% del total del volumen vendido al por menor correspondió a vinos de mesa, el 9% a vinos de postre, y el 5% restante a vinos espumosos y champán. Las *figuras 7a* y *7b* muestran la evolución de las ventas al por menor en volumen según el tipo de vino, y el valor de las mismas.

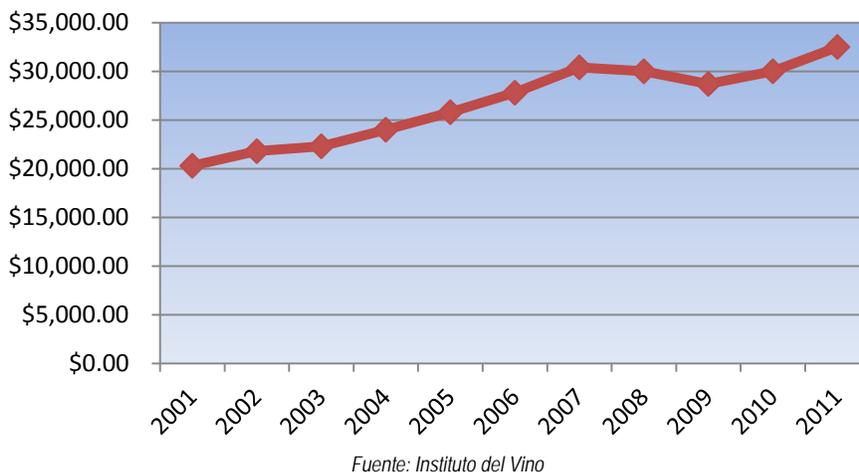
Figura 7a: Evolución de ventas al por menor de vino, en volumen y en millones de cajas de 9 litros



Fuente: Instituto del Vino

Nota: El vino de mesa incluye todos los vinos no espumosos con no más de 14% de alcohol, excluyendo las maltas canadienses. El vino de postre incluye todos los vinos no espumosos con más de 14% de alcohol, y el sake.

Figura 7b: Evolución de ventas al por menor de vino, en valor y en millones de dólares



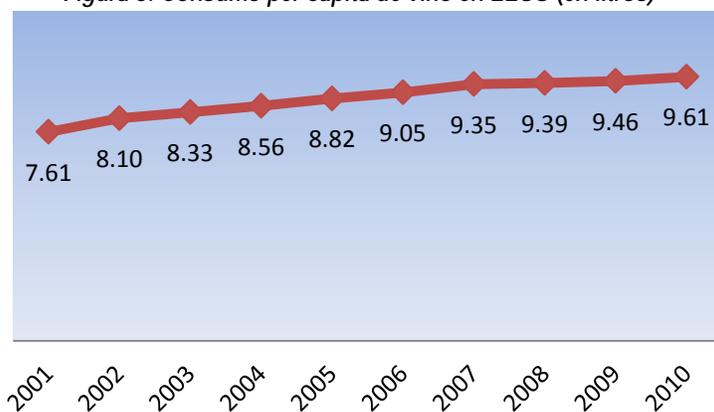
Fuente: Instituto del Vino

Nota: Las ventas de la figura 7b son un estimado de los datos reportados por los mayoristas, minoristas y propietarios de restaurantes.

Las últimas cifras que recogen el consumo per cápita de vino en Estados Unidos corresponden al año 2010, y fue de 2.54 galones (o lo que es lo mismo, 9.61 litros, o aproximadamente 12 ³/₄ botellas de vino). Al tener en cuenta que la edad mínima legal para el consumo de bebidas alcohólicas es de 21 años, los datos cambiarían a 3.6 galones per cápita (o 13.62 litros, o 18 botellas) para ese mismo año.

La *figura 8* muestra la evolución del consumo per cápita en la última década, el cual ha aumentado un 26.4% en ese periodo de estudio.

Figura 8: Consumo per cápita de vino en EEUU (en litros)



Fuente: Instituto del Vino

Diferenciando por categorías de vino, los tipos de vino tinto favoritos de los consumidores en el 2011 fueron Cabernet Sauvignon, Merlot y Pinot Noir, mientras que para el vino blanco, los preferidos son Chardonnay, Pinot Grigio, Sauvignon blanc, White Zinfandel, Moscato y Riesling. En conjunto, los diez vinos más demandados quedan reflejados en la *figura 9*, siendo Chardonnay la variedad que lidera el ranking con un 19.4% de cuota de mercado, en valor, según datos de *Demeter Group*.

Figura 9: Ventas por tipo de vino en EEUU en el 2011-“Top ten”

Puesto	Variedad	Cuota	\$ ventas (miles de millones)	% Cambio	Precio promedio botella 750ml
1	Chardonnay	19.4%	\$1,618	3.3%	\$6.27
2	Cabernet Sauvignon	13.8%	\$1,148	8.0%	\$7.59
3	Merlot	8.1%	\$678	-3.4%	\$5.75
4	Pinot Grigio	7.0%	\$588	9.9%	\$6.50
5	Pinot Noir	5.6%	\$466	11.7%	\$9.29
6	Sauvignon Blanc	3.9%	\$327	10.5%	\$8.15
7	White Zinfandel	3.8%	\$314	-5.1%	\$3.77
8	Mezcla de tintos	3.5%	\$295	44.9%	\$9.14
9	Moscato	2.8%	\$235	82.6%	\$5.74
10	Riesling	2.3%	\$194	1.2%	\$7.69

Fuente: Demeter Group

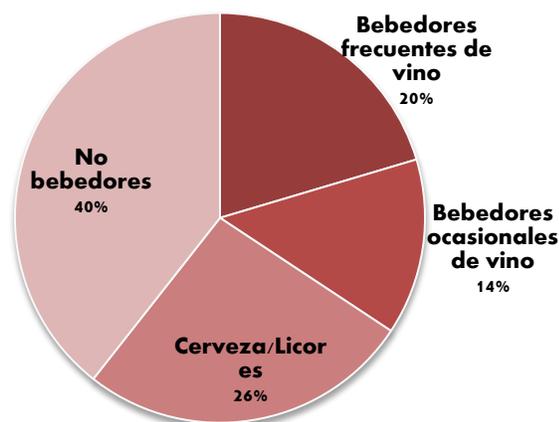
El declive económico de EEUU produjo también cambios en la demanda de vino, lo que obligó a la industria a reducir precios y recortar márgenes. Tanto es así, que los vinos de precios más elevados tuvieron unos ajustes que los equiparan en la actualidad con precios de mercado de hace diez años.

Realizando un análisis del consumo por edades, los consumidores de 25-35 años son los que más se han visto afectados por la nueva situación, y se han visto obligados a comprar vinos de precios más bajos. Por otro lado, los consumidores de vino de edades comprendidas entre los 50 y 60 años han seguido formando parte de la clientela fiel de los vinos más caros o de lujo, debido a que cuentan con un mayor poder adquisitivo y conocen mejor las virtudes de los diferentes tipos de vino.

Otro dato socioeconómico, publicado por el diario *The Miami Herald*, indica que los ciudadanos de EEUU con edades de 25-34 años representan un 19% de la población del país, pero sólo compran el 14% del vino consumido; mientras que aquellos de 55 años en adelante suponen el 24% de la población y consumen el 40% del vino, lo que posiciona a éstos últimos como las generaciones que más contribuyen a las ventas totales de vino en EEUU.

La *figura 10* muestra el consumo de alcohol de la población adulta en EEUU. Los bebedores frecuentes de vino suponen el 21% del total, y son aquellos que consumen vino al menos una vez a la semana. Los bebedores ocasionales de vino (14%) consumen vino al menos una vez cada 2-3 meses. Así mismo, las principales razones para consumir más vino quedan recogidas en la *figura 11*.

Figura 10: Consumo de vino y otras bebidas alcohólicas en EEUU, 2010 (adultos de 21 años o más, por segmentos)



Fuente: Wine Market Council

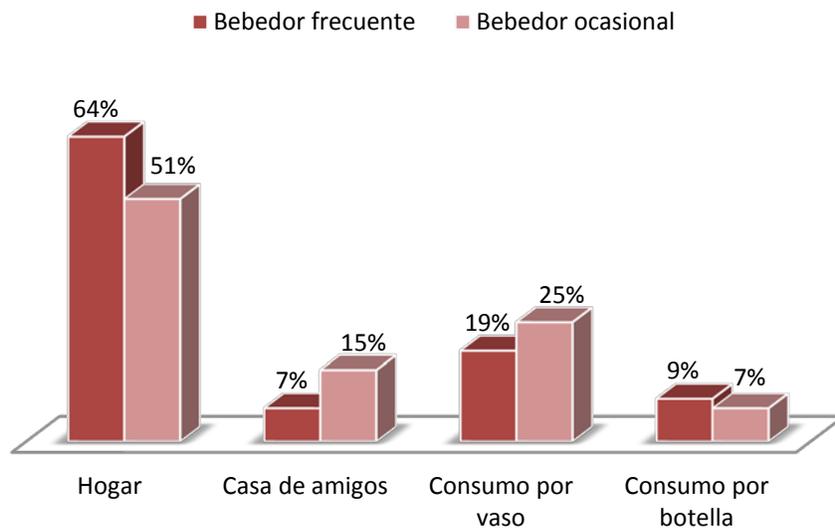
Figura 11: Principales razones para consumir más vino (porcentajes por segmento de bebedores)

	Bebedores frecuentes	Bebedores marginales
Les gusta beber vino en las comidas	66%	55%
Han adquirido un gusto por el vino	56%	69%
El vino les ayuda a relajarse	65%	47%
El vino es bueno para la salud	64%	47%
Prefieren el vino a otras bebidas	40%	39%
Han aprendido más sobre vino	39%	46%
Sus amistades beben vino	37%	32%

Fuente: Wine Market Council

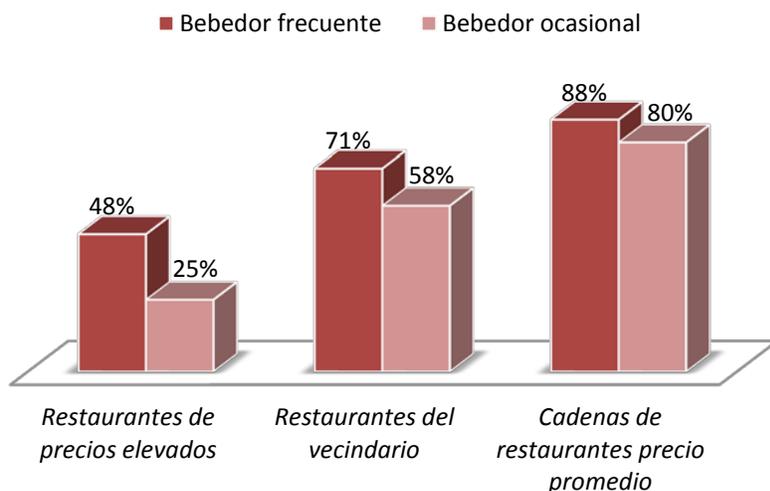
El consumo de vino se puede diferenciar según dónde tenga lugar: será consumo *on-premise* cuando el vino sea consumido en el mismo lugar donde se adquiere, como es el caso de los restaurantes. Cuando el consumo tenga lugar fuera del establecimiento donde se compra el producto, se denominará consumo *off-premise*. Las figuras 12 y 13 muestran los porcentajes de consumo *off-premise* y *on-premise*, por segmento de consumidores.

Figura 12: Consumo más reciente de vino off-premise, según el lugar, 2010 (porcentajes por segmento de bebedores)



Fuente: Wine Market Council

Figura 13: Consumo on-premise por tipo de restaurante, 2010
(porcentajes por segmento de bebedores)



Fuente: Wine Market Council

De los datos de la figura 14 se desprende que más del 24% del vino consumido en EEUU es importado. El estado que mayor vino importado consume es Nueva York (40% del total del vino consumido).

Figura 14: Consumo de vino importado por categoría y estado de EEUU (en cajas de 9L)

Estado	Vino de Mesa	Espumoso	Fortificado	Vermouth	Total	Cuota importación / total
Nueva York	9.015.380	681.020	96.170	156.150	9.948.720	40,8%
California	7.749.820	631.010	195.980	81.010	8.657.820	15,9%
Florida	6.776.050	428.830	23.070	79.820	7.307.770	29,2%
Illinois	3.777.210	572.840	47.450	109.730	4.507.230	33,4%
Nueva Jersey	3.515.630	238.560	35.410	32.670	3.822.270	27,9%
Texas	3.193.740	246.090	25.360	17.180	3.482.370	25,6%
Massachusetts	2.860.760	198.930	24.270	45.010	3.128.970	26,9%
Ohio	2.239.110	237.900	30.530	28.350	2.535.890	30,1%
Pennsylvania	1.958.910	167.940	24.230	44.540	2.195.620	28,6%
Michigan	1.820.660	300.840	12.810	3.210	2.137.520	26,1%
Virginia	2.009.610	58.080	5.120	10.940	2.083.750	23,8%
Carolina del Norte	1.501.250	39.220	35.930	1.710	1.578.110	23,4%
Connecticut	1.354.290	103.740	12.080	30.260	1.500.370	28,0%
Maryland	1.368.370	62.470	34.680	20.190	1.485.710	27,1%
Wisconsin	1.436.620	22.920	4.210	4.220	1.467.970	27,3%
Missouri	1.292.150	93.350	17.240	7.110	1.409.850	31,0%
Minnesota	1.139.530	61.860	2.820	5.040	1.209.250	25,8%
Washington	1.100.220	79.390	15.880	8.450	1.203.940	12,9%
Arizona	972.410	61.650	2.500	2.260	1.038.820	15,7%
Indiana	910.060	63.690	11.250	9.670	994.670	23,8%
Total 20 primeros	55.991.780	4.350.330	656.990	697.520	61.696.620	25,5%
TOTAL EE.UU.	67.000.000	5.065.000	790.000	790.000	73.645.000	24,3%

Fuente: Adams Wine Handbook 2011

La situación económica también ha afectado al consumo de estos vinos importados en EEUU, ganando una mayor popularidad aquellos de precios más bajos, como es el caso de los vinos australianos, chilenos y argentinos. Los vinos franceses y alemanes han tenido un menor consumo en el 2010 comparado con el 2005 en todos los segmentos de edad, tal y como se puede apreciar en la *figura 15*.

Figura 15: Cambio neto (%) en el consumo de vino importado 2005-2010, por país y por segmento de edad

País origen	46-49	50-54	55-59	60-64
Francia	-7%	-11%	-9%	-11%
Italia	+3%	+4%	+4%	-3%
España	+4%	+2%	+7%	-3%
Alemania	-3%	-6%	-5%	-6%
Portugal	+3%	0	0	-5%
Australia	+9%	+11%	+14%	+13%
Nueva Zelanda	+5%	+6%	+5%	+8%
Chile	+5%	+8%	+11%	+4%
Argentina	+7%	+8%	+8%	+5%
Sudáfrica	+4%	+3%	+3%	+2%

Fuente: Wine Market Council

No obstante, esta tendencia viene cambiando, ya que, con la recuperación de la economía, los consumidores han comenzado a gastar más, generando así una mayor competencia en el sector.

Según la última encuesta del Estado de la Industria del Vino, en el 2011 hubo más aumentos de precios que descensos. El 30% de las tiendas de vinos incrementaron sus precios, frente al 14% que los bajaron. La sensación en la industria es que la tendencia general en el país es de un aumento paulatino de los precios, y se estima que en el 2012 se producirá un incremento en los precios de los vinos de más de \$40 por botella, debido a que la recuperación del consumidor habitual dirigirá la demanda a los vinos de lujo o de mayor calidad.

En este sentido, hay una oportunidad no sólo para los vinos de mayor valor, que están viendo como su situación puede volver a normalizarse con el tiempo; sino también para los vinos más económicos (como es el caso de los vinos peruanos), que siguen contando con una amplia clientela en EEUU, para la que el precio es un factor de decisión de compra de gran importancia.



3. Requisitos para la importación de vino en EE.UU.

3.1. Preferencia arancelaria

El Tratado de Libre Comercio entre Perú y Estados Unidos no establece ningún arancel para aquellos vinos que pertenezcan a la siguiente partida arancelaria:

HTS 2204: *Vino de uvas frescas, incluyendo vino fortificado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09.*

3.2. Requisitos técnicos no arancelarios

La importación y la venta de bebidas alcohólicas está regulada en los Estados Unidos, siendo el organismo regulador a nivel federal el "Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau" (TTB, www.ttb.gov), y sus requisitos son los siguientes:

a) Obtención del permiso básico de importador (importer's basic permit)

Es requerido por el Federal Alcohol Administration Act (FAA) para todos aquellos que deseen importar bebidas alcohólicas en EE.UU. para su venta. El permiso lo expide TTB, y solamente a negocios con dirección local en EE.UU. El formulario para realizar la aplicación es el [TTB F 5100.24](#)

Para las instrucciones completas, seguir este enlace: http://www.ttb.gov/itd/importing_spanish.shtml

Teléfono TTB de asistencia: 1-877-882-3277

b) Registro de la actividad de comercio de bebidas alcohólicas (Alcohol Dealer Registration)

El SOT, o Impuesto Especial Laboral, dejó de ser aplicable el 1 de julio del 2008. Sin embargo, aunque actualmente no tiene ningún costo, el registro asociado sigue siendo necesario para los comerciantes de bebidas alcohólicas.

Los importadores necesitarán completar el formulario [TTB F 5630.5 \(d\)](#), luego de obtener su permiso básico, y antes de iniciar su negocio.

c) Registro y aprobación del etiquetado

El siguiente paso será conseguir una aprobación para el etiquetado del producto (COLA, por sus siglas en inglés), a través del departamento de [Publicidad, Formulación y Etiquetado](#) de TTB (Advertising, Labeling & Formulation Division). Para cualquier pregunta sobre etiquetado, el teléfono es 1-866-927-2533, y el email alfd@ttb.gov.

- El importador deberá solicitar el certificado a través del formulario [TTB F 5100.31](#).
- Se deberán enviar muestras de las etiquetas impresas para su pre-aprobación.
- Cuando la etiqueta sea aprobada, el certificado será emitido por la división de Publicidad, Formulación y Etiquetado.

A continuación, deberá registrar la etiqueta en todos aquellos estados donde el importador comercializará la bebida.



d) Permiso de Mayorista (Wholesaler's permit) – OPCIONAL

Será necesaria su obtención únicamente si el importador va a comercializar otras bebidas además de las importadas.

e) Certificación para importadores de vino natural – OPCIONAL

Las importaciones de vino natural producido después del 31 de diciembre del 2004 deberán cumplir con los requisitos establecidos para asegurar que los procedimientos empleados para su producción constituyen tratamientos de bodega apropiados.

La certificación deberá realizarla el gobierno del país origen del productor, o una entidad aprobada por el gobierno; o bien puede tratarse de una declaración del importador. Para más información, visitar la página sobre [certificación de vino natural](#).

f) Documentos a entregar con la solicitud

- Contrato o acuerdo de intenciones con el fabricante
- Copia del documento de identidad del representante en EE.UU.

g) Regulaciones estatales y locales

Además de cumplir con las regulaciones federales, serán también de obligado cumplimiento las regulaciones aplicables a los estados o localidades donde se comercialicen las bebidas alcohólicas importadas, pues pueden tener sus propios requisitos.

Para encontrar las autoridades estatales correspondientes, por favor ver el listado [aquí](#).

h) Registro con la FDA

Las disposiciones de la Ley contra el Bioterrorismo (Bioterrorism Act) indican que el productor de bebidas alcohólicas debe estar registrado con la Administración de Alimentos y Fármacos de EE.UU. (FDA, por sus siglas en inglés www.fda.gov), y debe notificar a la FDA antes de realizar la importación del producto.



i) Pago de los impuestos federales aplicables en el puerto de entrada

Los impuestos aplicables a cada tipo de vino importado quedan recogidos en el siguiente cuadro:

PRODUCTO	IMPUESTO	
	IMPUESTO POR PAQUETE (generalmente redondeado al centavo entero más próximo)	
Vino	Galón de vino	Botella de 750 ml
14% de alcohol o menos	\$1.07 ¹	\$0.21
Más de 14 a 21%	\$1.57 ¹	\$0.31
Más de 21 a 24%	\$3.15 ¹	\$0.62
Gasificado naturalmente	\$3.40 ¹	\$0.67
Carbonatado artificialmente	\$3.30 ¹	\$0.65
Sidra fermentada	\$0.23 ¹	\$0.04

(¹ crédito de \$0,90, o \$0,056 para la sidra fermentada, puede estar disponible para los primeros 100.000 galones retirados por una vinería pequeña que produzca hasta 150.000 w.g. por año. Tasas de crédito decrecientes para una vinería con una producción de hasta 250.000 w.g. por año.)

Fuente: www.ttb.gov

j) Certificado de Origen

k) Factura comercial en inglés

l) Packing list o lista de empaque



FUENTES DE INFORMACIÓN

- Comisión de Comercio Internacional de EE.UU. (USITC)
www.usitc.gov
- Organización de Agricultura y Alimentos de las Naciones Unidas (FAO)
www.fao.org
- Administración de Comercio Internacional (ITA) – “US Wine Industry 2011”
www.ita.doc.gov
- Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB)
www.ttb.gov
- Instituto del Vino
www.wineinstitute.org
- Wine Market Council
www.winemarketcouncil.com
- Demeter Group
www.demetergroup.net
- Adams Wine Handbook 2011
- The Miami Herald, 20 Febrero 2012 – “Grape Expectations”
- Foto de la portada: www.darkbrownbuckets.com