



Perfil del Visitante

VENDIMIA GUANAJUATO 2016



Nota: Derivado de la baja afluencia del local en el evento, se decidió hacer el estudio solamente del visitante.

Perfil del Visitante a la Vendimia 2016

6,000 ASISTENTES

Quién nos visita

55% de los visitantes son **Hombres**



Escolaridad
60%
Universidad

37 años



62% pertenece a la clase **media** con ingresos mensuales desde \$15,000 hasta \$139,999

De dónde viene

58% Nacional



3,351

39% Estatal



2,254

3% Internacional



173

Propósito de viaje



97%
Visitar la Vendimia

Con quién viaja



98%
Acompañado
40%
Pareja

26%
Familia

24%
Amigos

Se hospeda en



43%
Hotel



9%
Casa Fam/Amigos

Tipo de Visitante



52%
Turista



48%
Excursionista

Reservó



Sí

Internet **68%**
Vía telefónica **29%**
Organizador de eventos **3%**

En qué viaja



96%
Auto propio



2%
Avión

Publicidad del evento



56%
Recomendación



22%
Internet

Experiencia en el Evento

Evento **26%** Estado **84%**



Recurrencia

Satisfacción
Evento **8.7**



95%



Retorno

Recomendación



95%

Gasto y Estadía

\$2,494.41 \$901.14 \$2,576.31



Hotel

1.34 días



Casa Fam
Amigos

2.00 días



Excursionista

4.80 hrs

*Dato proporcionado por Datatur





Anexos 2016

Género del entrevistado



55%



45%

Tipo de Visitante

Turista



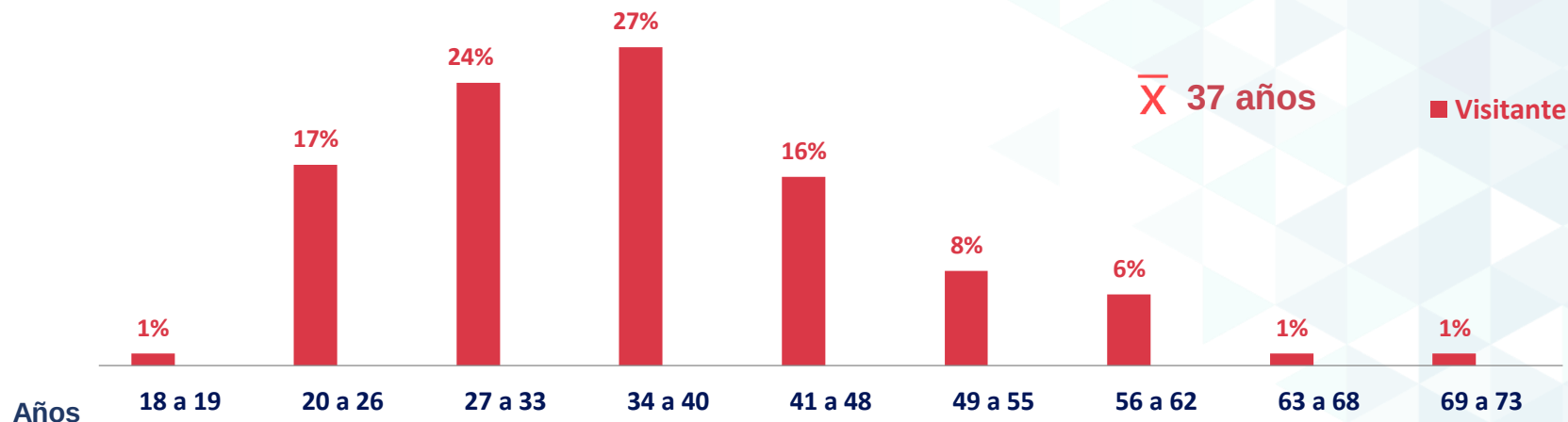
52%

Excursionista



48%

Edad promedio de los entrevistados



Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de: Min - 18 años y Max - 67 años.



Nacional

58%



Estatal

39%



Internacional

3%

Estado	2016
Ciudad de México	57%
Querétaro	11%
San Luis Potosí	7%
Jalisco	5%
Estado de México	4%
Nuevo León	3%
Michoacán	3%
Chihuahua	1%
Aguascalientes	1%
Morelos	1%
Baja California Norte	1%
Tamaulipas	1%
Hidalgo	1%
Quintana Roo	1%
Tabasco	1%
Veracruz	1%
Total	100%

Municipio	2016
León	60%
Celaya	12%
Irapuato	10%
San Miguel de Allende	10%
Guanajuato	4%
Dolores Hidalgo	2%
San Francisco del Rincón	2%
Yuriria	2%
TOTAL	100%

País	2016
Italia	50%
Brasil	25%
España	25%
TOTAL	100%



¿ La Vendimia Guanajuato es la principal razón de su visita a la ciudad?

Sí
97%



No
3%



Trabajo / Negocios

50%



Visita a familiares /
amigos

25%



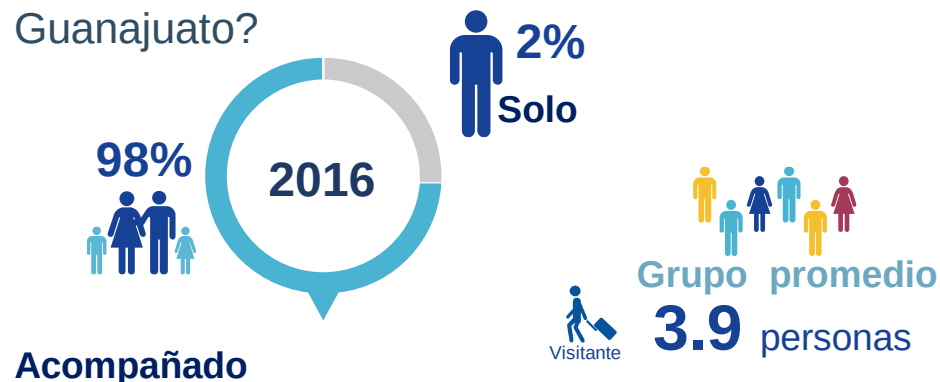
Práctica de
actividades deportivas
/ aventura /
ecoturismo

25%





¿Con quién viaja / visita la Vendimia Guanajuato?



Dato: Las respuestas obtenidas se encuentran dentro de un rango de:
Min – 2 personas y Max – 35 personas



Acompañado por...



40%



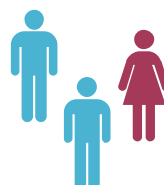
Pareja

26%



Familia

24%



Amigos

6%



Gente del
trabajo

4%



Hijos



Hotel

43%



**Casa
familiares /
Amigos**

9%



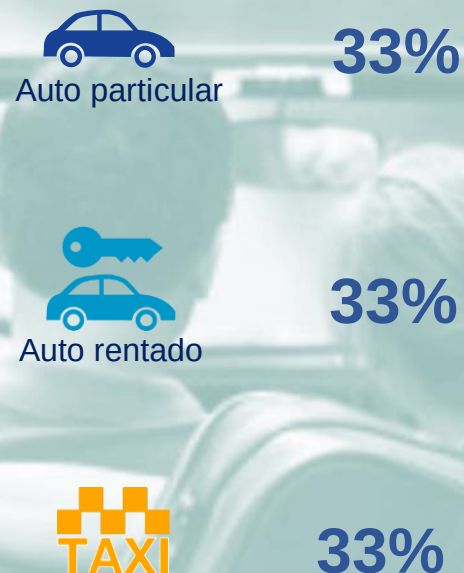
Excursionista

48%

Visitante

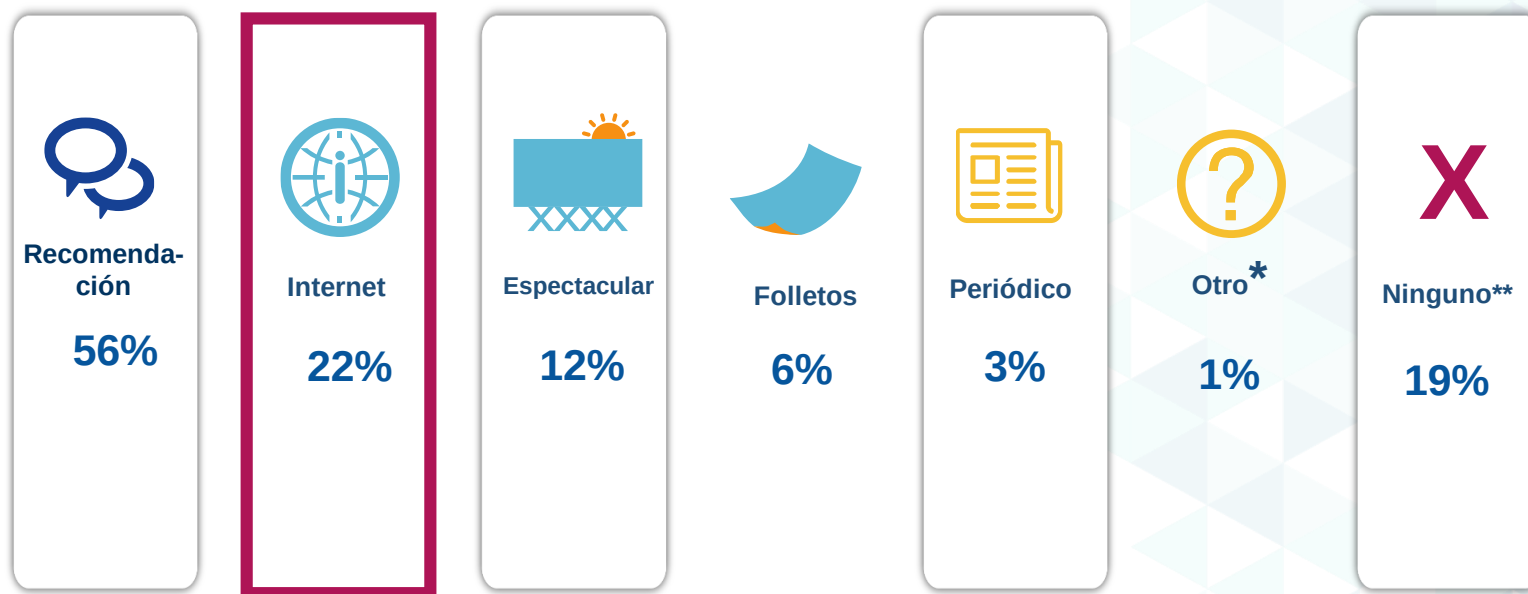


Del **3%** que llegaron en avión y/o autobús, ¿Qué otro medio utilizará para desplazarse en el destino?



Nota: Automóvil propio, se refiere al auto que toman prestado de sus familiares que viven en la ciudad.

¿En qué medios escuchó o vio publicidad del evento?



*Otro 2016: Secretaría de Turismo

**Ninguno: 19% Ya había asistido anteriormente

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%





Visitante



22%

Internet

68%



Redes Sociales

25%



Página Web

7%



Correo
electrónico

Redes Sociales



Facebook

90%



Twitter

5%



Instagram

5%

Página Web

Páginas de gobierno

60%

Página oficial del evento

20%

Periódico a.m.

20%

	Visitante	Caminos D' Vinos	Vinícola Toyán	Vinredo San Lucas	Vinredo San José La Vista	Vinredo Cuna de Tierra
Sede del evento	9.4	9.2	9.2	9.2	10.0	9.5
Seguridad durante todo el evento	9.2	9.3	8.8	9.3	9.8	8.9
Imagen del evento	9.1	9.3	8.5	9.0	9.7	9
Calidad del espectáculo	8.9	8.5	9.0	6.8	9.6	8.4
Nivel de afluencia en los eventos	8.9	9.1	7.4	7.2	9.6	9.1
Servicios recibidos durante el evento	8.9	9.0	8.3	8.9	9.6	8.6
Sabor y deleite de los platillos que consumió	8.9	8.8	9.2	6.5	9.4	9.2
Calidad de la reserva del viñedo	8.8	8.6	8.8	7.7	9.4	8.8
Horarios	8.8	8.7	8.5	7.1	9.4	8.4
Organización en general	8.8	8.3	8.1	8.9	9.8	8.9
Ayuda por parte de los organizadores	8.7	8.5	8.1	8.8	9.4	8.8
Presentación de la información (programa)	8.4	7.5	7.9	8.9	9.1	8.7
Información de la ciudad	8.2	7.6	7.9	7.3	9.4	7.1
Precios de entrada al evento	8.1	7.8	7.5	7.9	9.4	7.9
Publicidad y promoción del evento	7.9	8.0	7.1	8.0	9.2	7.8
Índice Promedio Global	8.7	8.6	8.3	8.1	9.5	8.6

Nota: Promedio calculado bajo escala Excelente (10), Bueno (9), Regular (8), Malo (7), Pésimo (6) Malo. Índice calculado según metodología SECTUR

¿Asistió o asistirá a algún otro evento de la Vendimia Guanajuato 2016?



¿A cuáles eventos?

Sexta fiesta de la Vendimia Cuna de Tierra

Visitante

36%

Segunda fiesta de la vendimia Caminos D`Vinos

32%

Cuarta Fiesta de la Vendimia Toyán

28%

Primer Fiesta de la Vendimia Hacienda San José la Vista

24%

Primer fiesta de la Vendimia San Lucas

12%

Nota: Suma de menciones puede superar el 100%
Respuesta asistida.



¿Qué tan probable es que usted vuelva a asistir a la Vendimia Guanajuato ?

Definitivamente **No**

3%

Probablemente
2%



Retorno

Definitivamente **Sí**
95%

¿Qué tan probable es que usted recomiende a un amigo o colega visitar la Vendimia Guanajuato ?

Definitivamente **No**

2%

Probablemente
3%



Recomendación

Definitivamente **Sí**
95%



Visitante

Probablemente o Definitivamente **NO**

¿Por qué? **TOP 3**

5%

Logística

1%

San José
La Vista

No cumplió sus
expectativas

1%

Cuna de
Tierra

No volvería por nada del
mundo

1%

San
Lucas

Probablemente o Definitivamente **NO**

¿Por qué? **TOP 3**

5%

Organización

1%

San Lucas

Servicio medio

1%

San Lucas

No es una buena
experiencia de vino

1%

San José
La Vista



2016



Hotel

\$2,494.41



Casa familiares /
Amigos

\$901.14



Excursionista

\$2,576.31



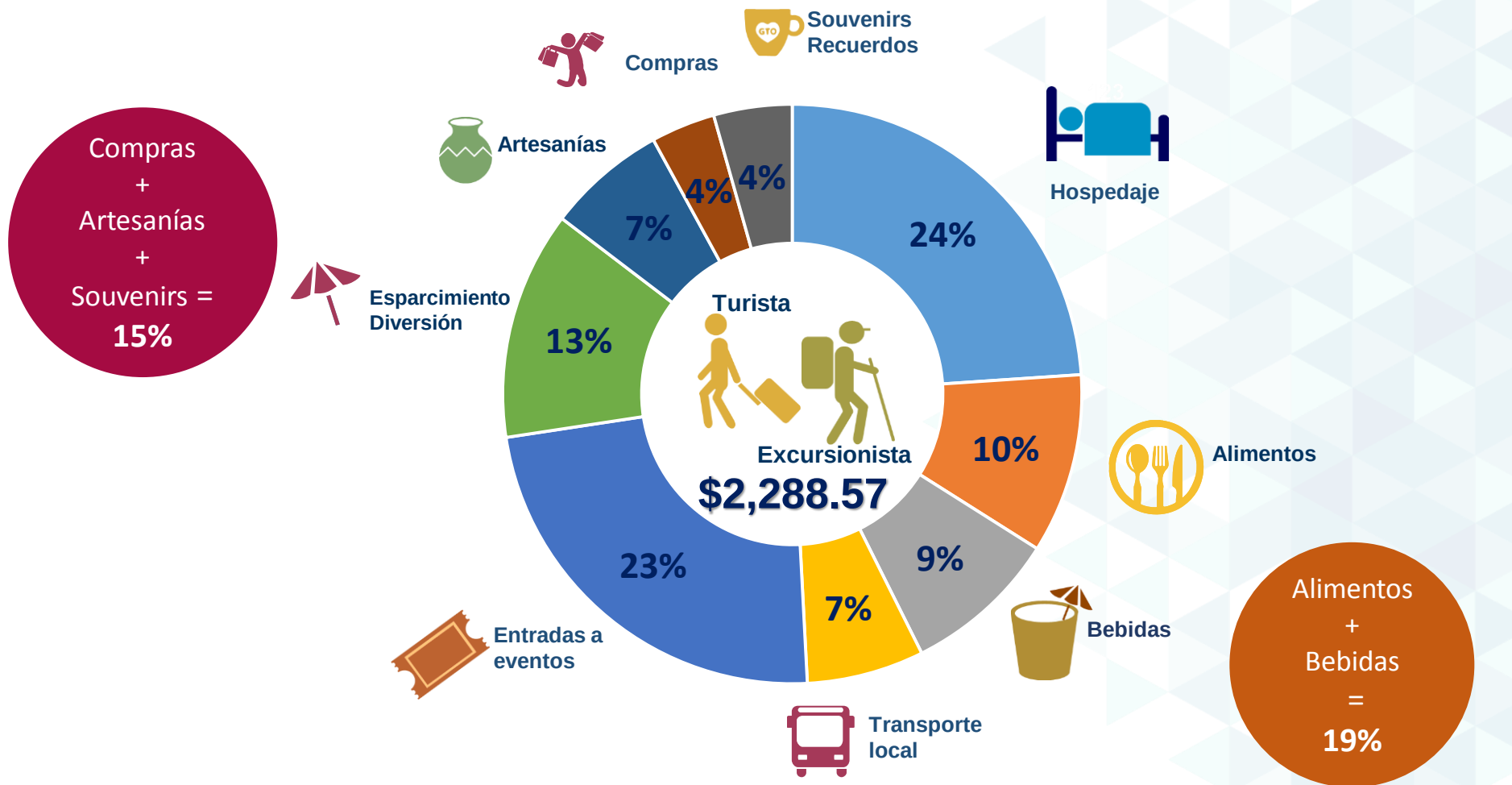
Local

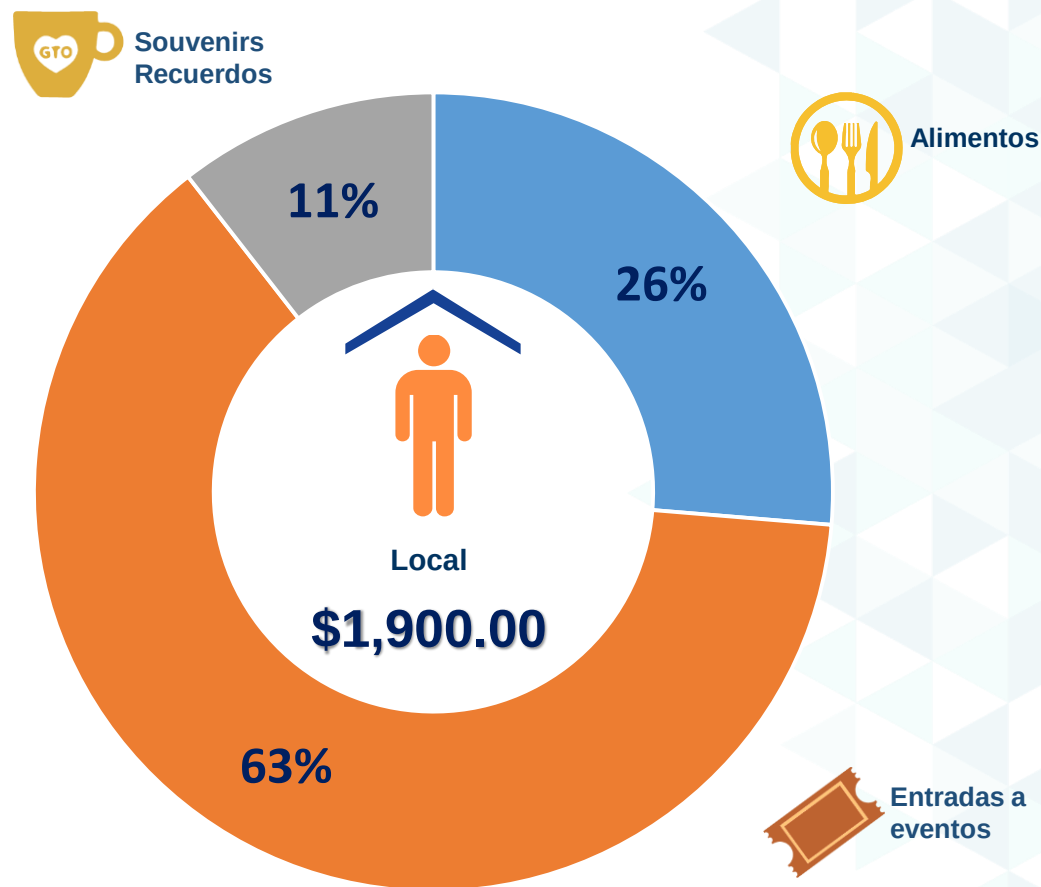
\$1,900.00



Gasto y Estadía de viaje

Distribución del gasto del Visitante





VENDIMIAS 2016

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA



Metodología de la Investigación Cualitativa

Se realizó un estudio de tipo concluyente utilizando la metodología de etnografías.

Herramientas de recolección:



Entrevistas a profundidad



Observación - Video



VENDIMIAS
SAN LUCAS

Experiencia

Vendimia San Lucas

La Vendimia San Lucas fue organizada por primera vez en la ciudad de San Miguel de Allende en el viñedo San Lucas.

A la entrada del viñedo se tenían espacios con algunos patrocinadores del evento, quienes dieron muestras de sus productos durante la tarde.

Se pudo observar un alto flujo de personas de diversas edades; familias, grupos de amigos y parejas. El perfil representativo en el evento fueron adultos de 40 a 60 años acompañados de sus parejas o grupos de amigos.

El área estaba preparada para una posible lluvia, contaban con grandes carpas equipadas con mobiliario campirano para que los asistentes al evento pudieran degustar de sus alimentos y bebidas, había meseros ofreciendo bebidas y al final del evento hubo un espectáculo musical que amenizó el momento.

Sin embargo se tuvo inconveniente con los alimentos, ya que estos no fueron suficientes para los asistentes, dejando a varias personas sin probar la paella y haciendo esperar por varios minutos en fila para degustar una pequeña torta.



Hipótesis del Perfil

y Perfiles Encontrados

Hipótesis del perfil:

Asistente

Género: Hombre
Edad: 30-35 años
Nivel Socioeconomico: C+
Experto en vinos.



Perfil encontrado:

Asistente

Género: Hombre
Edad: 51 años
Perfil: Baby boomer
Nivel Socioeconómico: A/B





Jim Doland
51 años
Experto en vinos



- Tennessee, E.U.A
- Baby boomer.
- Casado, 2 hijos.
- Jubilado (Coronel de los E.U.A.)
- NSE: A/B.

“Vengo a las vendimias desde que empezaron y cada año son mejores, ya sea por la comida o el entretenimiento”.



- Tennessee, Washington, Colorado, Carolina del Norte, Europa, Egipto, Arabia Saudita, Irak.
- San Miguel de Allende.



- Cabalgar.
- Películas de historia, documentales.
- Vino favorito con uva pinot y cabernet.



- Vino tinto, sabor más robusto.
- Toma vino 5 veces a la semana.
- 4 hrs al día en Smartphone o computadora.
- Visita los periódicos Wallstreet, Reforma, Am, Bloomberg, libros electrónicos. (John H. Reese).



- Ha asistido todos los años a Vendimias.
- Sólo asistirá a esta vendimia.
- No recibió ninguna invitación, sabe que se hacen año con año.
- Ha visitado los viñedos en Napa, California.
- Un vino con uva tempranillo, es ligero y fresco.
- Asiste para probar la comida y tomar vino.
- No agregaría o quitaría nada.
- Atributo: la gente.
- Sí volvería.
- Frase/ palabra: Mi casa.

A photograph of a glass of red wine in the foreground, with several other glasses blurred in the background. The scene is set on a wooden surface. A white rectangular box is overlaid on the central glass, containing the text 'BODEGA' and 'SAN JOSÉ LA VISTA' in white capital letters.

BODEGA
SAN JOSÉ LA VISTA

Experiencia

Bodega San José la Vista

Bodega San José la Vista ofreció su primera vendimia durante este año, Mariana Seoane, miembro de la familia propietaria del viñedo comentó que fue un evento que estuvieron preparando con mucho tiempo y cariño.

A la entrada del viñedo se tenían stands de productos mexicanos y a la venta coronas de flores para las asistentes.

El flujo de personas fue alto, las mesas se encontraban llenas y la mayoría de las personas vestían colores claros siguiendo el código de vestimenta para este tipo de eventos. Sin embargo, había algunos asistentes primerizos quienes no estaban enterados de este código de vestimenta por lo que era fácil identificarlos.

Se tenía una carpa a lo largo del área de las mesas, protegiendo así a los asistentes en caso de problemas con el clima. El evento estuvo amenizado por una estudiantina y un show flamenco, además de que se aprovechó para presentar dos vinos que el viñedo estaba lanzando.



Hipótesis del Perfil

y Perfiles **Encontrados**

Hipótesis del perfil:

Asistente

Género: Mujer
Edad: 20-30 años
Nivel Socioeconómico: C+
Primera vez en
Vendimias.



Perfil encontrado:

Asistente

Género: Mujer
Edad: 33 años
Perfil: Millennial
Nivel Socioeconómico: A/B





- Venezuela.
- Soltera.
- Licenciada en Contabilidad
- NSE: A/B.

en



- Vino tinto, sabor más fuerte, robusto, acentuado.
- Toma vino 1 vez a la semana.
- 10 hrs al día en Smartphone o computadora.
- Visita Google e Instagram.

“Gente alegre, los mexicanos son gente muy amable”.



- Venezuela.
- Estados Unidos.



“Pondría un precio menor, es excesivo \$2000.00, es muchísimo, cobraban \$1200.00 en otra vendimia del día de hoy”



- Deporte (gym, spinning), ir a la playa.
- Películas de comedia.
- Película favorita: Notebook.
- Vino favorito: Concha y Toro.

- Primera vez en Vendimias.
- No planea ir a otra.
- Se enteró por una amiga.
- No asiste a eventos parecidos.
- Sería un vino con mucho sabor, alegre, fresco, vino blanco, frutoso, refrescante.
- Gasto promedio: 500 usd.
- Renta de carro \$800, comidas \$700, boleto \$2000, otro viñedo \$500 mermeladas y vinos \$400.
- No vio folleto ni imágenes.
- Sí cumplió expectativas, hay comida, para tomar, ambiente agradable, era lo que ella esperaba.
- Atributo: entretenimiento.
- Bastante factible volver a venir.
- Frase/ palabra: las momias.



Viviana Valentini
33 años
Primera vez en Vendimia



REDES SOCIAL MEDIA

Social Media

Se utilizó una metodología cualitativa de observación de las estrategias de comunicación aplicadas en las redes sociales de los eventos.

La búsqueda de información se basa en la metodología “Inbound Marketing”.

*Inbound Marketing: también llamado mercadeo de atracción, es una técnica de mercadeo diseñada para enseñarle a un potencial consumidor qué es lo que tu producto o servicio hace y cómo puede beneficiarle, antes de que él lo compre.

Social Media

Redes principales / Seguidores Septiembre 2016



CUNA DE TIERRA

Página Fiesta de la Vendimia

si

1,066

x

x

Página Oficial

si

12,969

2,379

1,037

CAMINOS D'VINOS
SABOR DE ALTURA

Página Oficial

si

44,557

3,322

311



Página Oficial

si

4,106

153

14



Página Oficial

si

719

20

346



Página Oficial

si

3,828

x

X

Comparativo con Querétaro

Redes principales / Seguidores Septiembre 2016



Página Fiesta de la Vendimia

si

1,066

x

x

Página Oficial

si

12,969

2,379

1,037

Página Oficial

si

44,557

3,322

311

Página Oficial

si

4,106

153

14

Página Oficial

si

50,970

1,100

572

Página Oficial

si

299.391

39,605

13,200



CUNA DE TIERRA

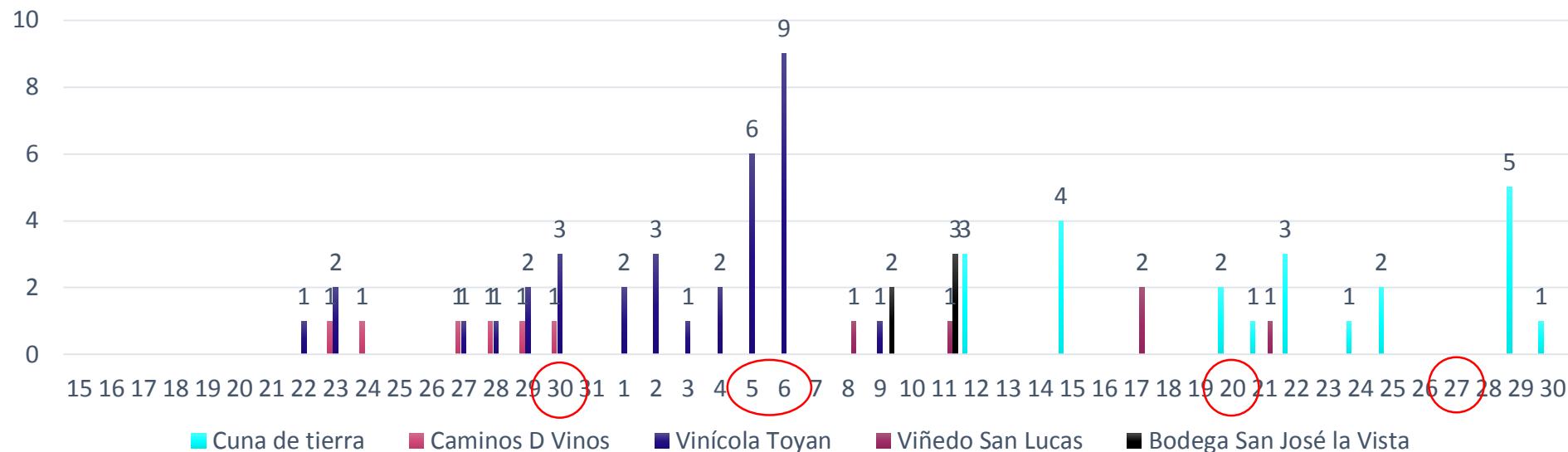
CAMINOS D'VINOS
SABOR DE ALTURA





Resumen de actividad en facebook.

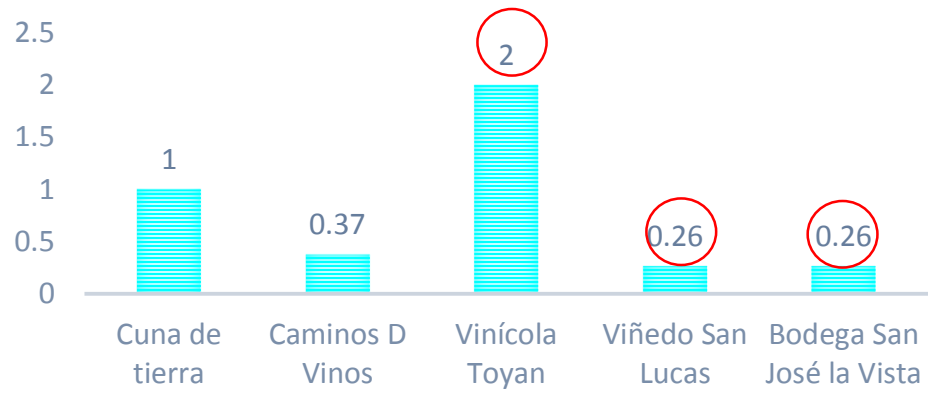
Número de publicaciones por día



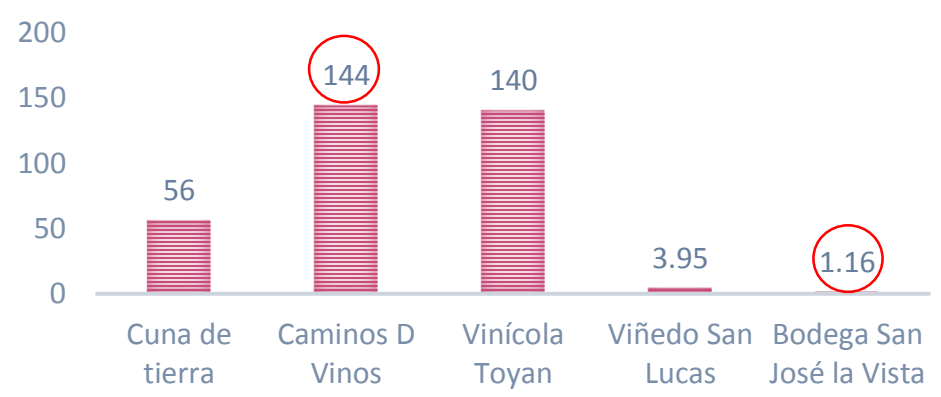


Resumen de actividad en facebook.

PROMEDIO DIARIO DE PUBLICACIONES



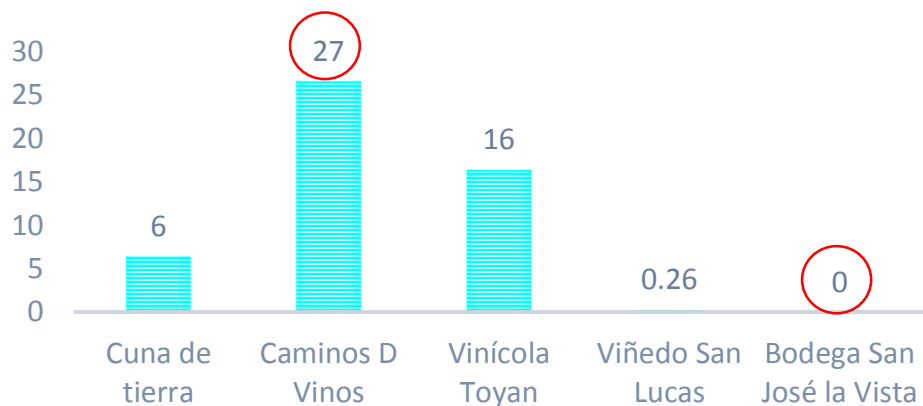
PROMEDIO DIARIO DE LIKES



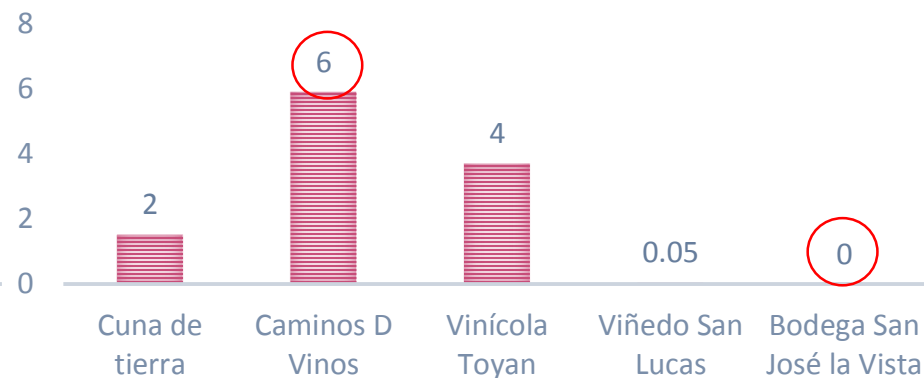


Resumen de actividad en facebook.

PROMEDIO DIARIO DE SHARES



PROMEDIO DIARIO DE COMENTARIOS



Instagram

Cuna de Tierra /Corte al 30 Agosto 2016



marianbecerra

Seguir

Sé el primero en indicar que te gusta esto.

2 sem

marianbecerra Cada año en Cuna de tierra se celebra el comienzo de la vendimia c/ una fiesta tradicional donde se combina la pasión x el vino y la buena mesa, este año se festeja la VI edición y nosotros somos parte de esta fiesta! 🍷🍷🍷🍷
#mensajerodeviaje #fampress
#vendimiacunadetierra #gto #famtrip
#vendimia2016 #guanajuato
#vendimiamexico

Instagram

Cuna de Tierra /Corte al 30 Agosto 2016



Q Buscar



#vendimiacunadetierra

57 publicaciones

PUBLICACIONES DESTACADAS



Instagram

Cuna de Tierra /Corte al 30 Agosto 2016



cunadetierra

Seguir

83 Me gusta

6 sem

cunadetierra VI Fiesta de la Vendimia, este 27 de agosto.

www.vendimiacunadetierra.com

#CunadeTierra

jbmuno27 @cunadetierra extremely disappointed when I booked a wine tasting appointment with you all back in June and you all forgot about it. We waited a whole year for that moment and our moment wasn't nothing more than a dream.

winebosses Great stuff!



Añade un comentario...



Instagram

Camino D Vinos /Corte al 2 Agosto 2016



Instagram

Vinícola Toyan /Corte al 9 Agosto 2016



Instagram

Q Buscar



#vinícolatoyan

73 publicaciones

PUBLICACIONES DESTACADAS



Instagram

Bodega San José la Vista /Corte al 23 Agosto 2016



Instagram

Q Buscar



#haciendasanjoselavista

287 publicaciones

PUBLICACIONES DESTACADAS



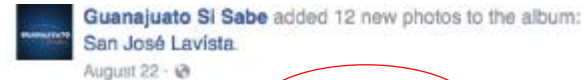
Uso de Hashtags

Guanajuato Sí Sabe



Recuerda, aún siguen los recorridos que Bernat Vinícola ofrece en este marco de la **#Vendimia2016**. Escoge tu paquete y da un recorrido increíble.

Fernando Olivera Rocha



Así vivimos la 1ª fiesta de la **#VendimiaGuanajuato** de Hacienda San José Lavista, con la tradicional pisa de uva, comida y demás. Esperamos y hayas disfrutado tanto como nosotros esta increíble fiesta. ¡Gracias! Fernando Olivera Rocha



EN GUANAJUATO SEGURO DISFRUTAS LA VENDIMIA

Tours Enológicos 2016 en Bernat Vinícola

En el marco del programa **Vendimia Guanajuato Valle de la Independencia**, del 29 al 27 de agosto Bernat Vinícola ofrece 3 Tours Enológicos, experimentales y maravillosos.

Actividades
Martes 9 al viernes 26 de agosto
Paquete 1
• Visita entre viñedos y plátano de campo.
• Visita de la bodega y plátano.
• Visita de Cava y Saca de Cava.
Costo por persona: \$120.00
Tamaño de los grupos: Máximo 4, máximo 40 personas.

Paquete 2
• Visita entre viñedos y plátano de campo.
• Visita de bodega y plátano.
• Visita de Cava y Saca de Cava.
• Cava de 3 vinos (20 ml. cada uno) - Boscón.
Tamaño estimado: 1.50 horas.
Costo por persona: \$140.00
Tamaño de los grupos: Máximo 4, máximo 50 personas.
*Solo mayores de 18 años.

Actividades
Sábados 23, 26 y 27 de agosto
Paquete 3
• Tour interactivo interactivo.
• "Bodega de grupos vino".
• Participación en las diferentes partes del proceso de producción (premiados de la uva, selección, prensado, laboratorio, fermentación, vinificación, envasado, embotellado, almacenamiento, etc.).
Tamaño estimado: 1 hora. Incluye refrigerio.
• 3 botellas de vino (cava).
Costo por persona: \$150.00
Tamaño: Máximo 8, máximo 12 personas.
*Solo los costos son gratis (reservación requerida un 50% del costo).

gto
GUANAJUATO
GOBIERNO DEL ESTADO DE GUANAJUATO • SECRETARÍA DE TURISMO



Programas publicados

Cuna de Tierra	Caminos D Vinos	Vinícola Toyán	Viñedo San Lucas	Bodega San José la Vista
• Espectáculo de Tango. • Concurso de pisa. • Talleres: - Cata Vertical Cuna de Tierra. - Cata Maridaje a Ciegas. - Las Copas y el Vino. -Cata en verde y manejo de la vid. - Catando los Terruños de México. -Fabricación y Componentes de la barrica de crianza. - Plantación de un viñedo, Pros y Contras ¿Qué se tiene que hacer? - Helados y vino. - Introducción a la cata de aceite de oliva. - Agarrando valor con corcho. • Tours en turibus por el viñedo.	• Menú de 3 tiempos. • Acceso gratuito a todas las actividades. • Valet parking. • Actividades artísticas y culturales. • Detonación de pirotecnia. • Bebidas de 1:00 a 5:00 p.m. • Recorrido en Diada.	• Conferencias: -Comparación entre vinos mexicanos y españoles. -El vino en la salud. • Cata de vinos. • Banquete. • Presentación de Ballet Folclórico de San Miguel de Allende. • Guitarra y tableado flamenco. • Pisa de uva. • Concierto de Mon Laferte.	• Tradicional pisa de uva. • Inauguración de nuestras instalaciones. • Catas guiadas. • Espectáculos musicales de blues y jazz. • Comidas y barra libre hasta las 18hs.	• Degustación y exposición productores de la zona. • Plática “Tendencias del Vino en México”. • Degustación Vinícola de Bodegas San José La vista. • Afamada pisa de uvas. • Cata de Vinos. • Divertida estudiantina “Tuna Real”. • Increíble degustación gastronómica. • Espectáculo de Flamenco “Casta Flamenca” • Música DJ “Los Charvel” • Barra libre de 1:00 a 5:00 p.m.



Indicadores de la actividad turística

Vendimia Guanajuato 2016

Indicadores de la Actividad Turística Acumulado 5 Fines de Semana Agosto Dolores Hidalgo

Indicador	2016
	Fines de Semana
Cuartos ocupados	2,921
Llegada de turistas	6,394
Turistas Noche	6,777
Ocupación	58%
Estadía	1.06
Densidad	2.32

Fuente: Sector- DataTur. Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información.



Indicadores de la Actividad Turística Acumulado 5 Fines de Semana Agosto San Miguel de Allende

Indicador	2016 Fines de Semana
Cuartos ocupados	16,291
Llegada de turistas	25,291
Turistas Noche	36,166
Ocupación	74%
Estadía	1.43
Densidad	2.22

Fuente: Sector- DataTur. Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información.



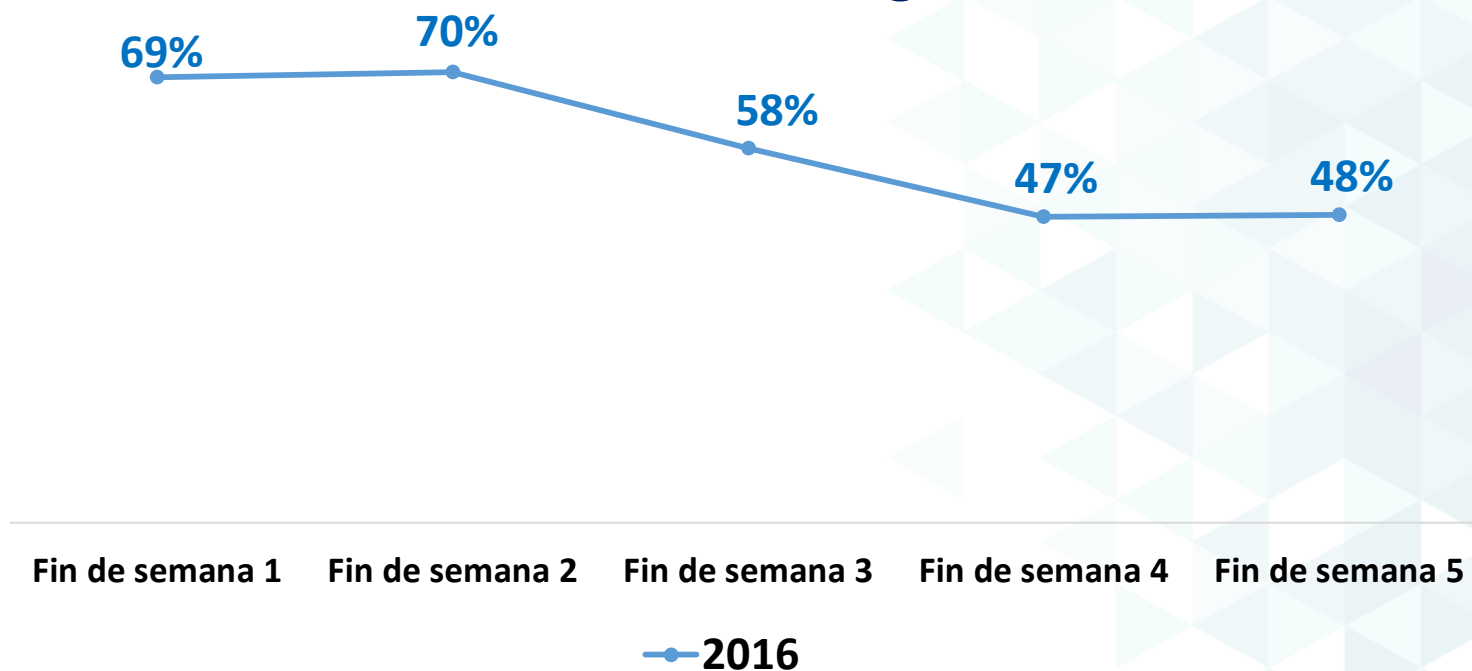
Indicadores de la Actividad Turística Acumulado 5 Fines de Semana Agosto Guanajuato Capital

Indicador	2016 Fines de Semana
Cuartos ocupados	3,073
Llegada de turistas	6,314
Turistas Noche	8,082
Ocupación	96%
Estadía	1.28
Densidad	2.63

Fuente: Sector- DataTur. Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información.



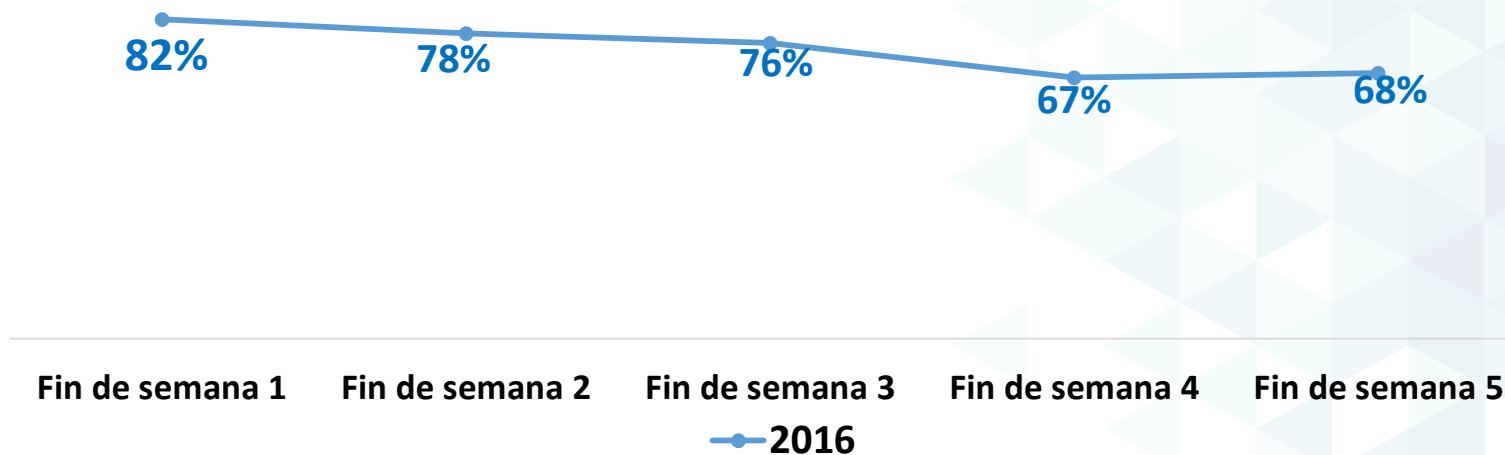
Porcentaje de Ocupación Fines de Semana Dolores Hidalgo



Fuente: Sectur- DataTur. Sectur Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información.



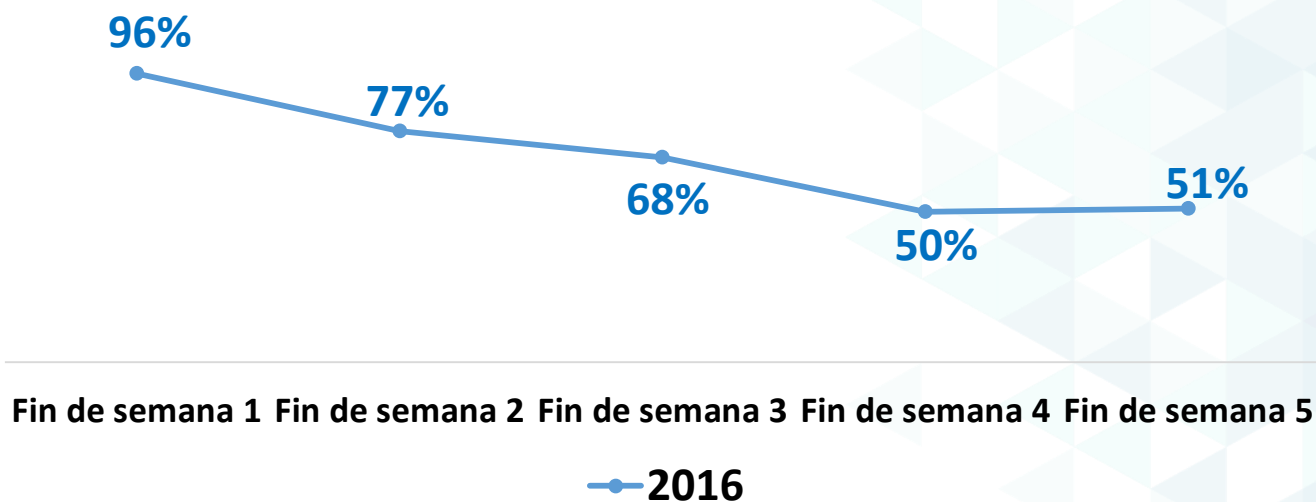
Porcentaje de Ocupación Fines de Semana San Miguel de Allende



Fuente: Sectur- DataTur. Sectur Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información.



Porcentaje de Ocupación Fines de Semana Guanajuato Capital



Fuente: Sector- DataTur. Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información.



Estimación Derrama Económica - Visitantes Festival de las Vendimias 2016

Clasificación	Llegada de Turistas	Participación	Estadía	Turistas Noche-Excursionistas	Gasto Promedio Diario	Derrama Económica
Turista en Hotel	2,444	42.31%	1.34	3,276	\$2,494.41	\$8,170,565
Casa de familiares / amigos	533	9.23%	2.00	1,067	\$901.14	\$961,220
Excursionista	2,800	48.46%		2,800	\$2,576.31	\$7,213,665
Visitantes	5,778	100%		7,142	\$2,288.57	\$16,345,450
Locales	222	3.70%		222	\$1,900.00	\$422,222
Asistentes	6,000				\$2,794.61	\$16,767,673

Fuente: Sector Guanajuato. Dirección de Información y Análisis. Coordinación de Estadística e Información.
Estadía en hotel corresponde a información Datatur*

Derrama Económica \$16.7 millones de pesos





Contacto

Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,

Director General de Planeación
rcardenas@guanajuato.gob.mx

Mtra. Miriam Cecilia Adama Alcaraz,

Director de Información y Análisis
madame@guanajuato.gob.mx



Mtra. Irazema Álvarez Pérez,
Coordinadora de Estadística e Información
ialvarezp@guanajuato.gob.mx

Mtra. Adriana Jardon Salazar,
Jefe de Investigación y Análisis de Mercado
ajardon@guanajuato.gob.mx

Mtra. Rosario Álvarez Macías,
Auxiliar de Investigación de Mercados y Análisis
malvarezm@guanajuato.gob.mx

Lic. Sarahí Martínez Hernández,
Asistente de Codificación y Captura
kmartinezh@guanajuato.gob.mx



Dirección

Blvd. Vasco de Quiroga # 101, Torre Nissan 8º piso
Col. Los Gavilanes, C.P. 37120, León, Guanajuato
Tel. (477) 10 41 4 00





Perfil del Visitante

Vendimia Guanajuato 2016