



# Consumo de pan, bollería, pastelería, galletas y cereales

## Principales características

**VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO**  
Universidad Complutense de Madrid

**E**l gasto en alimentación para consumo en el hogar ascendió en 2007 a 62.992 millones de euros (un 6,1% superior al conseguido en el año 2006). En la cesta de alimentación de un hogar español priman los productos frescos; así pues, el pan junto a la carne, las patatas, las frutas y hortalizas frescas o los pescados están entre las partidas más consumidas.

Tanto el pan como las galletas, bollería y pastelería son alimentos demandados por un porcentaje notable de hogares y, por tanto, aparecen frecuentemente en el consumo alimentario –sirva apuntar como ejemplo que el pan es el producto que cuenta con la frecuencia más elevada tanto de compra (14,5 ve-

ces al mes) como de consumo (15 veces al mes)–. Al mismo tiempo, durante los últimos años se ha producido una proliferación de nuevas variedades en este conjunto de productos y, por tanto, la heterogeneidad es una nota característica en la oferta de pan, galletas, bollería y pastelería.

Este trabajo pretende revisar las principales características del consumo, por un lado, de pan y, por otro, de bollería, pastelería, galletas y cereales. Por tanto, presenta algunos de los factores más significativos que repercuten, aumentando o minorando, el consumo de estas familias de productos; el tamaño de la población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeco-

nómico, la presencia o no de niños en la familia, la tipología del hogar y la edad o situación laboral de la persona encargada de realizar las compras van a ser algunas de las variables analizadas. La distribución territorial del consumo de pan, bollería, pastelería, galletas y cereales también se analiza en este artículo.

## CUANTIFICACIÓN DEL CONSUMO DE PAN, BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES

Durante el año 2007, el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en 1.411 euros. Dentro de este gasto, el pan tiene una

CUADRO 1

## Consumo y gasto en pan, hogares (2007)

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (MILES KILOS)	PER CÁPITA (KILOS)	TOTAL (MILES EUROS)	PER CÁPITA (EUROS)
Pan fresco y congelado	1.700.083,59	38,09	3.539.169,94	79,30
Integral	122.546,92	2,75	264.180,74	5,92
Normal	1.577.536,67	35,35	3.274.989,20	73,38
Pan industrial	208.552,59	4,67	576.865,45	12,93
Pan industrial fresco	145.229,36	3,25	368.039,88	8,25
Integral	24.831,32	0,56	53.658,08	1,20
Normal	93.160,35	2,09	198.571,32	4,45
Sin corteza	27.237,69	0,61	115.810,48	2,59
Pan industrial seco	63.323,23	1,42	208.825,58	4,68
Integral	17.836,72	0,40	60.282,82	1,35
Normal	45.486,51	1,02	148.542,76	3,33
<b>Total pan</b>	<b>1.908.636,18</b>	<b>42,77</b>	<b>4.116.035,40</b>	<b>92,23</b>

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2008).

CUADRO 2

## Consumo y gasto en bollería, pastelería, galletas y cereales, hogares (2007)

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (MILES KILOS)	PER CÁPITA (KILOS)	TOTAL (MILES EUROS)	PER CÁPITA (EUROS)
Bollería, galletas y cereales envasados	440.688,95	9,87	1.674.254,37	37,51
Bollería y pastelería envasada	173.982,60	3,90	774.836,46	17,36
Galletas envasadas	205.211,62	4,60	621.176,20	13,92
Galletas saladas	7.281,51	0,16	28.005,77	0,63
Galletas dulces	197.930,11	4,43	593.170,43	13,29
Dietéticas	5.007,59	0,11	29.920,65	0,67
Cereales desayuno envasados	61.494,73	1,38	278.241,71	6,23
Con fibra	9.708,32	0,22	48.717,43	1,09
Bollería, galletas y cereales a granel	80.276,61	1,80	448.084,55	10,04
Bollería y pastelería granel	76.656,62	1,72	433.492,20	9,71
Galletas granel	3.619,99	0,08	14.592,35	0,33
Productos navideños	37.875,62	0,85	318.521,27	7,14
<b>Total bollería, pastelería, galletas y cereales</b>	<b>558.841,18</b>	<b>12,52</b>	<b>2.440.860,19</b>	<b>54,69</b>

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2008).

participación del 6,5% –concretamente, 92,2 euros per cápita– y la partida de bollería, pastelería, galletas y cereales supone un 3,9% del gasto total alimentario –54,7 euros per cápita–. En términos de consumo, cada español demandó, de media, 42,8 kilos de pan y 12,5 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales. Ambas partidas se conforman como alimentos con una importancia relativa elevada.

El cuadro 1 recoge el consumo y el gasto en las distintas variedades de pan comercializadas en España durante el año



GRÁFICO 1

Consumo de pan por variedades, 2007. Porcentaje

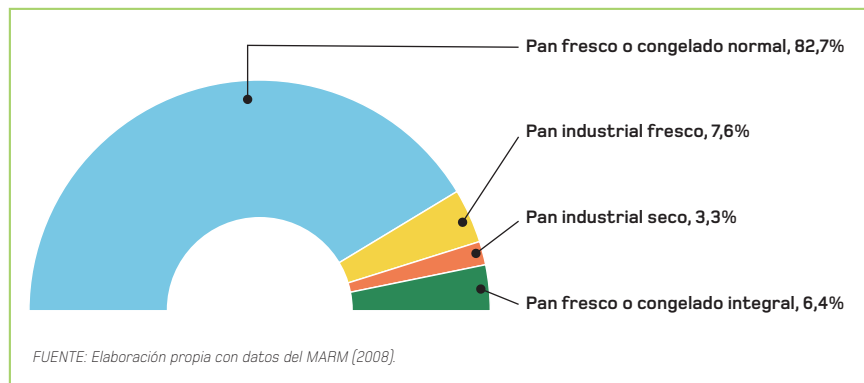
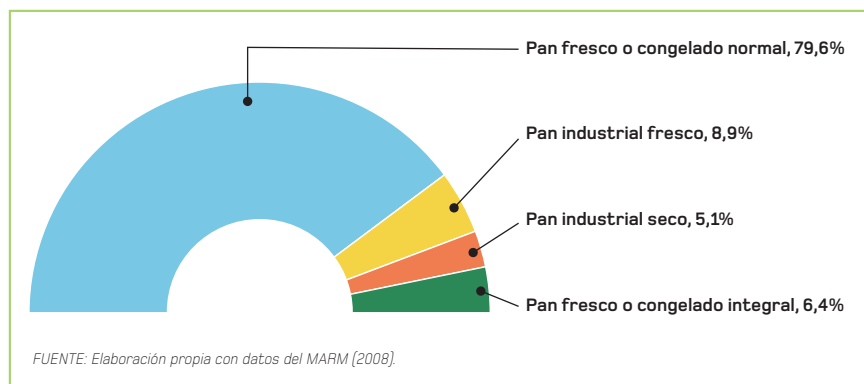


GRÁFICO 2

Gasto en pan por variedades, 2007. Porcentaje



2007. Ambas variables se presentan tanto en valores absolutos como en términos per cápita y, en síntesis, puede destacarse que cada español, de media, consumió 42,8 kilos de pan pagando por ellos 92,2 euros, aunque la distribución entre las distintas variables ofrece mayor complejidad.

La partida de bollería, pastelería, galletas y cereales supuso un gasto de 54,7 euros por persona y un consumo de 12,5 kilos durante el año 2007. El mayor consumo y gasto se orienta hacia los productos envasados, tal y como desglosa el cuadro 2 en los distintos productos incluidos en esta partida.

En los gráficos 1, 2, 3 y 4 se ofrece información para conocer la participación relativa de los distintos tipos de pan y de bollería, pastelería, galletas y cereales, puesto que una de las principales características de estas familias de productos, tal y como se comentaba anteriormente, es su enorme heterogeneidad.

Los gráficos 1 y 2 se ciñen al consumo y al gasto, según los distintos tipos, de pan. Destaca por su notable participación el consumo y el gasto en pan fresco y congelado normal, que supone cerca del 80% del total demandado en este tipo de productos. El pan integral fresco alcanza un 7,6% del consumo y un 8,9% del gasto, mientras que el pan fresco o congelado integral está en torno al 6,5% tanto en consumo como en gasto.

Los gráficos 3 y 4 desglosan tanto el consumo como el gasto en la partida de bollería, pastelería, galletas y cereales de los hogares españoles durante el año 2007. Los productos envasados cuentan con un consumo y un gasto más representativo (por ejemplo, las galletas envasadas alcanzan el 36,7% del consumo y el 25,5% del gasto). Los cereales suponen un 11% del consumo y un 11,4% del gasto. Mientras, la bollería y pastelería a granel llega al 13,7% del consumo y al 17,8% del gasto. Por último, los productos navideños, a pesar de su notable estacionalidad, se posicionan con un 6,8% del consumo y un 13,1% del gasto en el conjunto de esta partida alimentaria.

# Innovación desde dentro



## Lo más nuevo no siempre salta a la vista

En Berlys trabajamos día a día para ofrecer los mejores productos, más saludables y acordes a las nuevas tendencias de alimentación.

**Berlysinnova**

Es un proyecto de Berlys Alimentación para la investigación de nuevos productos y mejoras nutricionales.

902 32 55 32  
[www.berlys.es](http://www.berlys.es)



GRÁFICO 3

**Consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales por variedades, 2007.**  
Porcentaje

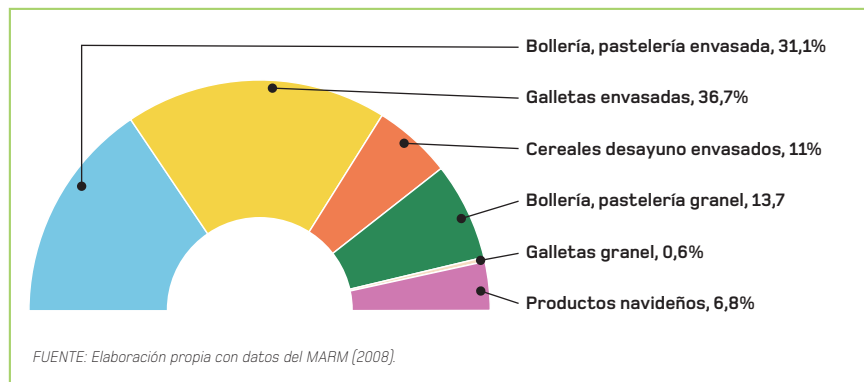
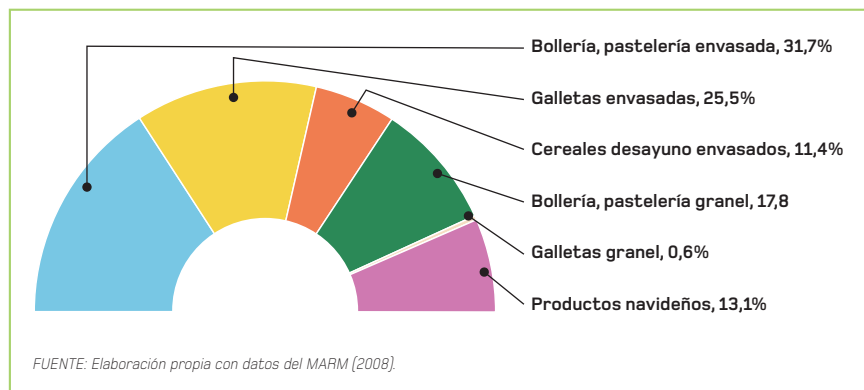


GRÁFICO 4

**Gasto en bollería, pastelería, galletas y cereales por variedades, 2007.**  
Porcentaje



**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE PAN, BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES**

Agregando el consumo en el hogar y el consumo extradoméstico, en 1987 se consumían en torno a 65 kilos de pan por persona y en 2007 se estima que el consumo ronda los 52 kilos; en cuanto a bollería, pastelería, galletas y cereales el consumo ha pasado de 12 kilos por persona en 1987 a cerca de 15 kilos en 2007. El gráfico 5 desglosa durante el periodo 1987-2007 el consumo, en kilos, de pan y de bollería, pastelería, galletas y cereales. Destaca el descenso continuado en la demanda de pan y el ligero incremento en el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales.

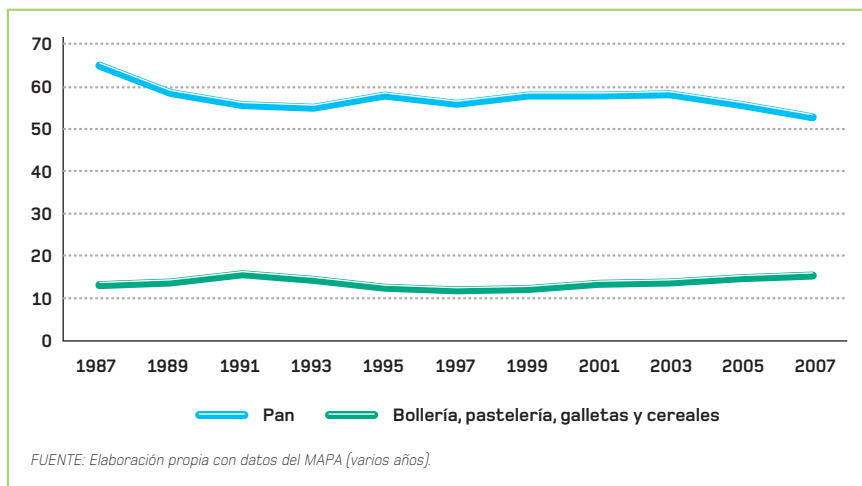
Por otra parte, el cuadro 3 detalla la estructura de consumo para este conjunto de alimentos. En la demanda de pan, el porcentaje de consumo en el hogar ha pasado de un 87% en 1987 a un 81% en 2007. Mientras, para bollería, pastelería, galletas y cereales, la modificación de la estructura de consumo ha llegado a tres puntos, es decir, del 87% consumido en el hogar en 1987 a un 84% en 2007.

Los gráficos 6 y 7 presentan la evolución del consumo per cápita de pan y bo-



GRÁFICO 5

**Evolución del consumo per cápita en pan y bollería, pastelería, galletas y cereales, 1987-2007. Hogar+extradoméstico, kilos**



CUADRO 3

**Evolución de la estructura de consumo per cápita en pan y bollería, pastelería, galletas y cereales, 1987-2007. Porcentaje**

	1987		1991		1995		1999		2003		2007	
	HOGAR	EXTRADOMÉSTICO	HOGAR	EXTRADOMÉSTICO	HOGAR	EXTRADOMÉSTICO	HOGAR	EXTRADOMÉSTICO	HOGAR	EXTRADOMÉSTICO	HOGAR	EXTRADOMÉSTICO
Pan	87,5	12,5	86,6	13,4	87,6	12,4	84,3	15,7	83,9	16,1	81,1	18,9
Bollería, pastelería, galletas y cereales	87,5	12,5	86,7	13,3	89,8	10,2	87,8	12,2	86,4	13,6	84,3	15,7

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (varios años).

CUADRO 4

**Evolución del gasto per cápita en el hogar, 1987-2007. Euros**

	1987	2007	VARIACIÓN 2007-1987
Pan	43,9	92,2	109,9
Bollería, pastelería, galletas y cereales	12,9	54,7	324,0

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (varios años).

llería, pastelería, galletas y cereales tanto en el hogar como en la demanda extradoméstica durante el periodo 1987-2007:

- En el hogar, durante la década de los noventa, se advierten oscilaciones en la demanda de distinto signo tanto en el pan como en la bollería, pastelería, galletas y cereales. A partir de 1999, la demanda de pan comienza a descender, mientras que el consumo de galletas, bollería y pastelería se incrementa.
- Para la demanda extradoméstica, las oscilaciones también están presentes en las dos partidas durante los años noventa, pero a partir del año 2001 aumenta tanto el consumo de pan como la demanda de galletas, bollería y pastelería.

También puede resultar ilustrativo atender a la evolución del gasto en las partidas analizadas. En este sentido, el



GRÁFICO 6

Evolución del consumo per cápita de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales en el hogar, 1987-2007 (1987=100)

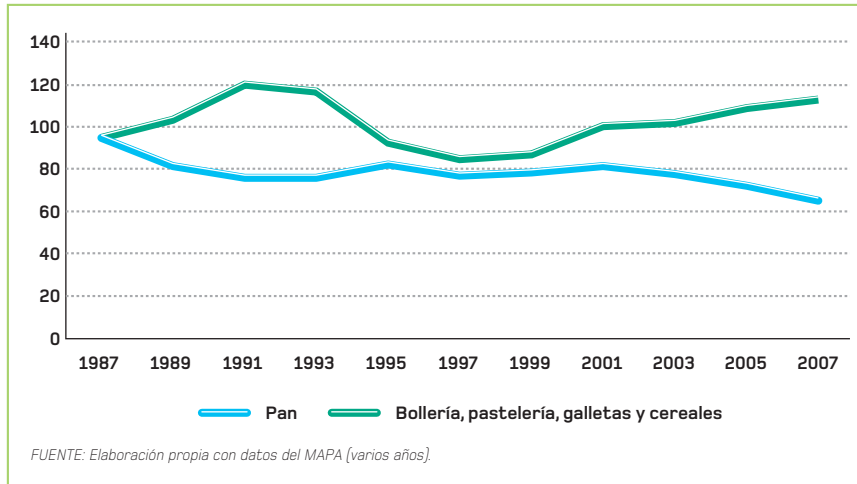


GRÁFICO 7

Evolución del consumo per cápita de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales fuera del hogar, 1987-2007 (1987=100)



cuadro 4 indica el gasto en pan y bollería, pastelería, galletas y cereales en 1987 y en 2007 y, además, calcula la variación que se ha producido en el gasto de estos alimentos durante el periodo señalado.

#### DIFERENCIAS EN EL CONSUMO DE PAN Y BOLLERÍA, PASTERERÍA, GALLETAS Y CEREALES SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS HOGARES

El consumo de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales aparece condicionado por las diferentes características que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el tamaño de la población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra de pan y de bollería, pastelería, galletas y cereales.

Así pues, sobre cada uno de estos factores se pueden plantear las divergencias existentes con respecto a la media nacional. Esto es, resulta posible delimitar cuáles son las características del consumidor que, por tanto, aumentan o minoran la





demanda de pan y de bollería, pastelería, galletas y cereales.

Las principales conclusiones obtenidas quedan sintetizadas en los siguientes puntos:

- El tamaño de la población repercute sobre el consumo tanto de pan como de bollería, pastelería, galletas y cereales, aunque en sentido opues-

to. Por un lado, los municipios pequeños (menores de 2.000 habitantes y de 2.000 a 10.000 habitantes) cuentan con desviaciones positivas en el consumo de pan (30% y 14%, respectivamente), mientras que en el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales es notablemente inferior a la media (11% y 7%, respec-

tivamente). Por otra parte, hay que señalar las desviaciones negativas para el consumo de pan en los grandes núcleos de población (por ejemplo, -11% en el caso de las ciudades con más de 500.000 habitantes) y las desviaciones positivas en la demanda de bollería, pastelería, galletas y cereales (por ejemplo 7,2% en las ciudades de 100.001 a 500.000 habitantes).

- El tamaño de la familia se convierte en una variable importante para analizar las divergencias en el consumo per cápita de pan y de bollería, pastelería, galletas y cereales. Esto es, el punto de inflexión entre las desviaciones positivas y las negativas se encuentra en tres miembros. Así, los hogares con una y dos personas consumen, en términos per cápita, más pan y bollería, pastelería, galletas y cereales que la media, mientras que

# ALÓZAR SL

MAYORISTAS DE FRUTAS Y VERDURAS

MERCAMADRID: Nave C - Puestos 13 -15

Tel. 91 785 63 94 - Fax 91 785 65 13

Ctra. Villaverde a Vallecas, Km. 3,800 - 28053 MADRID

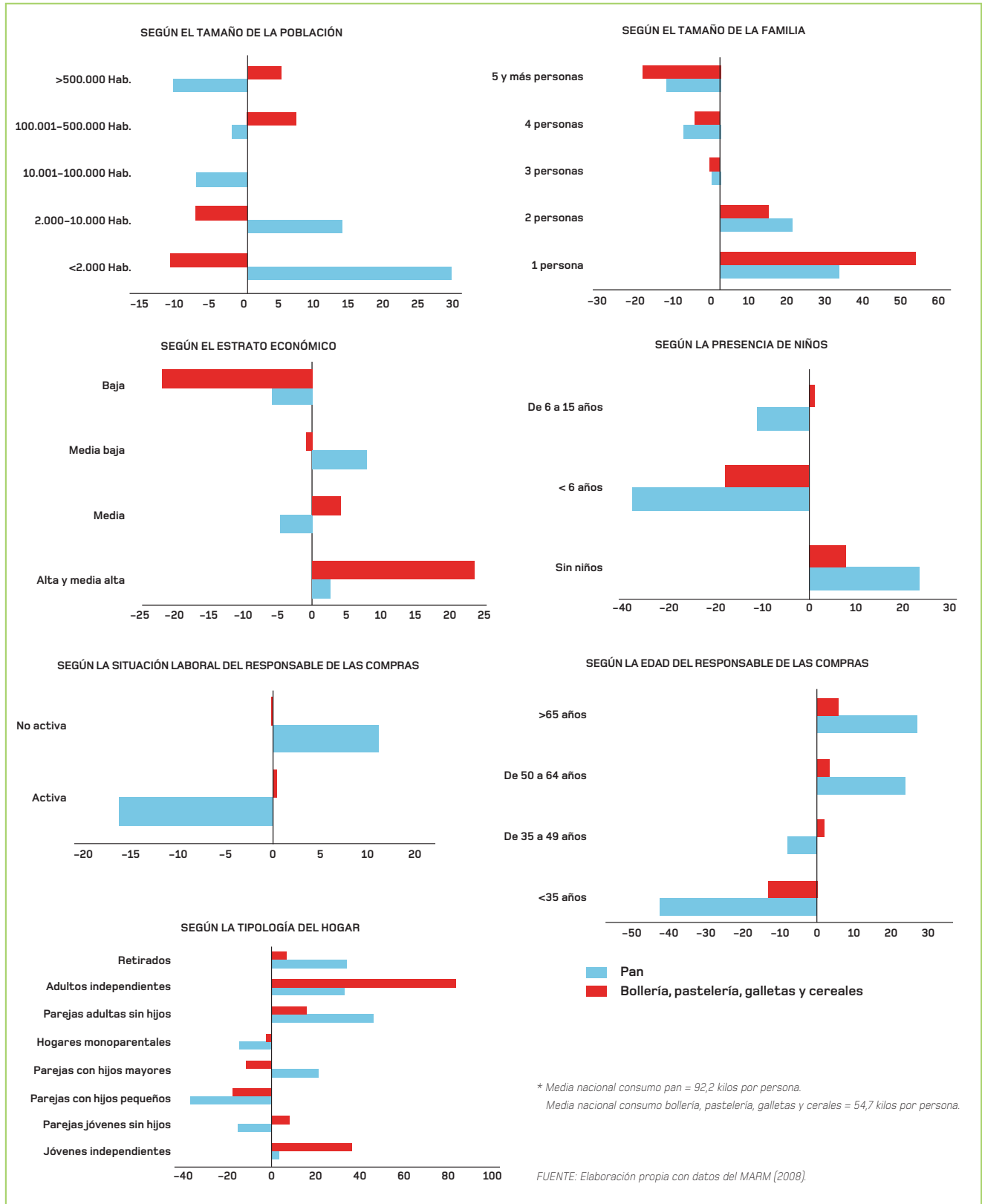
## Marcamos la diferencia





GRÁFICO 8

**Variables que condicionan el consumo per cápita de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales en el hogar.**  
 Porcentaje desviado con la media nacional\*



sucede lo contrario en los hogares compuestos por tres o más personas; en términos per cápita, un hogar con una persona consume un 32% más de pan y un 53% de bollería, pastelería, galletas y cereales que la media, mientras que en un hogar con 5 ó más personas las desviaciones negativas del consumo se cifran en un -15% y un -21%, respectivamente.

- El estrato económico en el que se encuadra el hogar, y por tanto el nivel de ingresos, resulta significativo para el consumo de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales. Así pues, los hogares de categoría baja consumen una cantidad notablemente inferior a la media (-6% en pan y -22% en bollería, pastelería, galletas y cereales). Sin embargo, los hogares de la categoría alta y media-alta tienen un patrón de consumo de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales con desviaciones positivas sobre la media (2,6% y 23,7%, respectivamente).
- La existencia de niños en el hogar se convierte en una circunstancia negativa para el consumo per cápita de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales –sobre todo si son menores de 6 años (-37% y 17%, respectivamente)– puesto que las desviaciones positivas aparecen especialmente en la categoría de hogares sin niños (23% en pan y 7,8% en bollería, pastelería, galletas y cereales).
- La situación laboral del responsable de realizar las compras en el hogar se traduce, dentro de la demanda per cápita de pan, en desviaciones positivas si la persona no trabaja (12%) y, por el contrario, en desviaciones negativas cuando es una persona activa en el mercado laboral (-16%). Para el caso de bollería, pastelería, galletas y cereales esta variable resulta insignificante, puesto que las desviaciones con respecto a la media no llegan al 0,5%.



- La repercusión de la edad del responsable de comprar en el hogar sobre el consumo per cápita de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales ofrece una conclusión interesante. Esto es, cuanto mayor en edad es la persona que realiza las compras más elevado es el consumo de estos productos –en consecuencia, las desviaciones más negativas se centran en aquellos hogares donde las compras las efectúa una persona menor de 35 años (-41% en pan y -13% en bollería, pastelería, galletas y cereales) y las desviaciones más positivas se observan en aquellas familias donde compra una persona mayor de 65 años (26% en pan y 5% en bollería, pastelería, galletas y cereales)–.
- Por último, el análisis del consumo per cápita de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales según la tipología del hogar ofrece una clasificación de los hogares con desviaciones positivas y de los hogares con desviaciones negativas. En el primer caso aparece un consumo por encima de la media en los hogares don-

de hay jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y jubilados. Por contra, hay un consumo per cápita inferior a la media en parejas con hijos pequeños y en hogares monoparentales. Conviene apuntar que las parejas jóvenes sin hijos y las parejas con hijos mayores combinan las desviaciones positivas y negativas en la demanda, por un lado, de pan y, por otro, de bollería, pastelería, galletas y cereales. ■

## BIBLIOGRAFÍA

- AARM (2008): *Dossier de datos sobre la Alimentación en España*, 2006. Mimeografiado. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Madrid.
- MAPA (varios años): *La Alimentación en España*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.
- MARTÍN, V. J. (2008): "Evolución de los hábitos de compra y consumo en España. 1987-2007, dos décadas del Panel de Consumo Alimentario", *Distribución y Consumo*, nº 100, Julio-Agosto.
- MERCASA (2007): *Alimentación en España 2007. Producción, Industria, Distribución y Consumo*. Mercasa, Madrid.

## Comercialización de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales

Los gráficos 9 y 10 resumen la participación en el mercado de los diferentes establecimientos que comercializan pan y bollería, pastelería, galletas y cereales y, por tanto, marca cuáles son las preferencias de los hogares a la hora de adquirir estos productos.

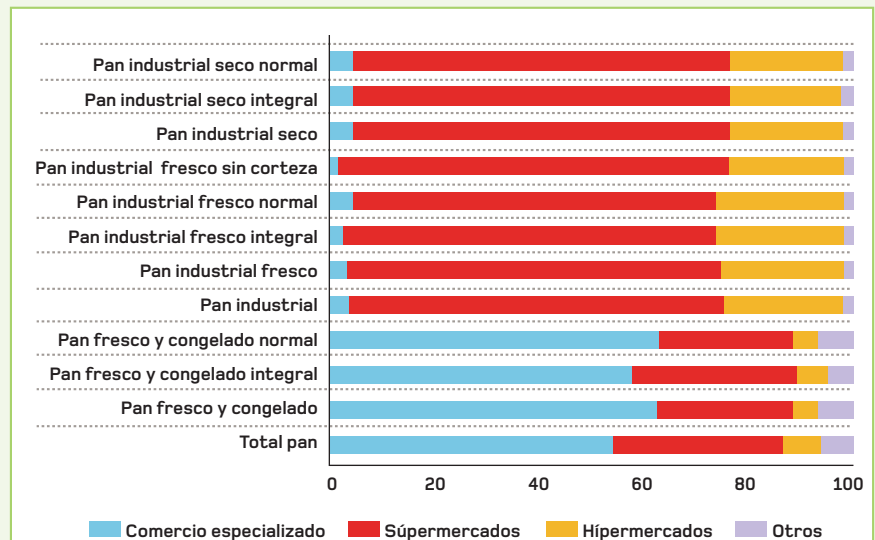
Con carácter general, el pan se distribuye mayoritariamente en establecimientos especializados o comercio tradicional (54%), mientras que entre los establecimientos de librería destaca la cuota de mercado de los supermercados (32,5%). No obstante, el gráfico 9 denota la enorme heterogeneidad existente en la comercialización de las distintas tipologías de pan. A modo de conclusión, puede apuntarse que el pan fresco y congelado se canaliza a través del comercio especializado, mientras que el pan industrial se vende mayoritariamente en los supermercados.

El gráfico 10 incide en la compleja casuística de la comercialización de los productos incluidos en la partida de bollería, pastelería, galletas y cereales. Con carácter general, supermercados e hipermercados tienen una influencia notable en la distribución de productos envasados (por ejemplo, en las galletas envasadas un 66,6% y un 27,2%, respectivamente). En los productos a granel, el comercio especializado cuenta con las cuotas de mercado más importantes (por ejemplo, un 92% en el caso de las galletas a granel). ■



GRÁFICO 9

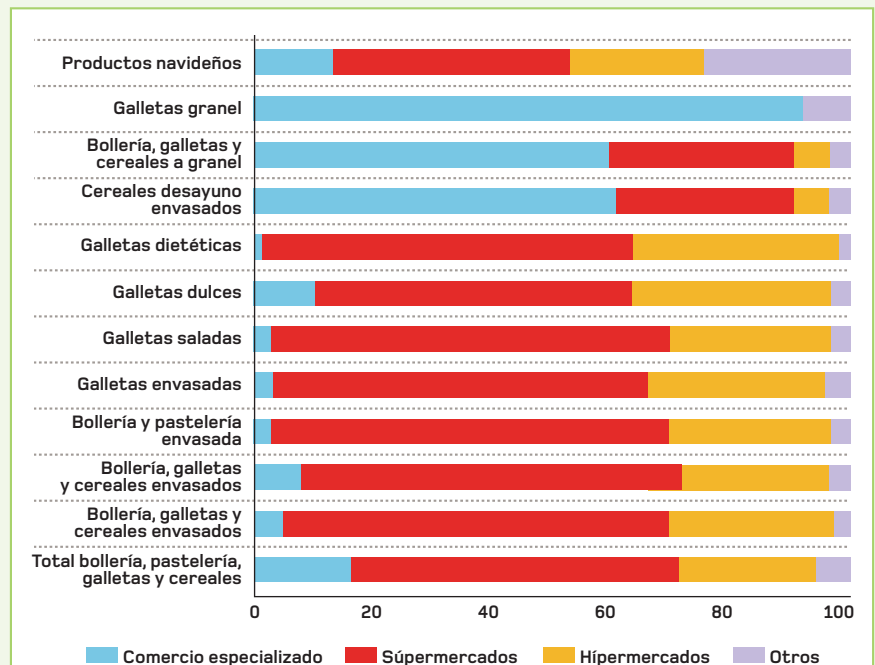
Cuota de mercado en la distribución de pan. Porcentaje



FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2008).

GRÁFICO 10

Cuota de mercado en la distribución de bollería, pastelería, galletas y cereales. Porcentaje



FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2008).

## Consumo de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales por comunidades autónomas



Las peculiaridades de cada comunidad autónoma en cuanto a la localización geográfica, la capacidad de los sistemas de distribución y/o las características de los consumidores –renta per cápita o hábitos alimentarios, por ejemplo– suponen un amplio abanico de opciones en cuanto a la demanda de pan y de bollería, pastelería, galletas y cereales y, por tanto, se advierten situaciones muy dispares en cada una de las comunidades autónomas tal y como indica el gráfico

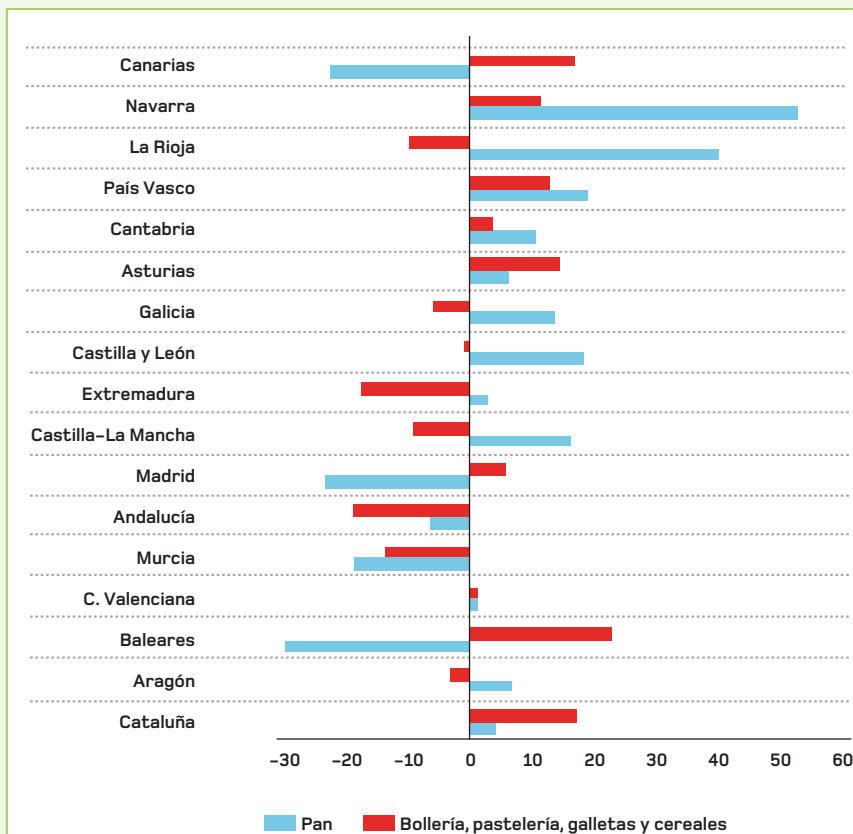
co 11, donde se han resumido las principales divergencias desde la perspectiva del consumo con respecto a la media nacional (se han calculado tasas de variación para cada comunidad autónoma considerando que el consumo medio per cápita de pan es de 92,2 kilos y de bollería, pastelería, galletas y cereales de 54,7 kilos).

El gráfico 11 plantea distintos escenarios:

- Navarra, País Vasco, Cantabria, Asturias y Cataluña cuentan con desviaciones positivas en el consumo tanto de pan como de bollería, pastelería, galletas y cereales. Destaca especialmente que los navarros realizan un consumo de pan un 52% superior a la media del país.
- Andalucía y Murcia presentan desviaciones negativas en la demanda de pan y de bollería, pastelería, galletas y cereales. Los andaluces cuentan con el menor consumo per cápita en bollería, pastelería, galletas y cereales del conjunto nacional.
- La Rioja, Galicia, Castilla y León, Extremadura, Castilla-La Mancha y Aragón tienen desviaciones positivas en el consumo de pan pero, en referencia a la media, cuentan con desviaciones negativas en la demanda de bollería, pastelería, galletas y cereales.
- Canarias, Madrid y Baleares se caracterizan por consumir más bollería, pastelería, galletas y cereales que la media nacional, pero la demanda de pan está por debajo de los niveles medios del país. Conviene apuntar que los consumidores baleares combinan la demanda per cápita de bollería, pastelería, galletas y cereales más elevada del país con los niveles más reducidos en el consumo de pan. ■

GRÁFICO 11

Consumo per cápita de pan y bollería, pastelería, galletas y cereales por comunidades autónomas. Porcentaje de desviación con la media nacional



\* Media nacional consumo pan = 92,2 kilos por persona.

Media nacional consumo bollería, pastelería, galletas y cereales = 54,7 kilos por persona.

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2008).

# CANALS & MUNNÉ,

## CALIDAD, TRADICIÓN Y MODERNIDAD

CANALS & MUNNÉ fue una de las primeras bodegas de nuestro país en elaborar vinos según el método tradicional Champeñoise. Desde 1915 elabora sus cavas primando la calidad de las materias primas – solo utiliza mosto flor – y las producciones son limitadas. El resultado es una bodega que ha sabido modernizarse con equipos punteros sin perder un ápice el prestigio de sus productos. LA MEDALLA DE ORO A LA CALIDAD que atesora, entre otros premios, es una buena muestra de ello.

Todos los productos CANALS & MUNNÉ se caracterizan por una filosofía propia que comprende un largo proceso. Desde la búsqueda de la mejor ubicación de las viñas hasta el embotellado y etiquetaje, pasando por una muy cuidada selección de las añadas y la uva, los modernos mecanismos para un buen envejecimiento –en barricas de roble americano y/o francés– y conservación, el prensado, la fermentación, el coupaje y el tiraje, la clarificación, el degorje o el remujaje en los pupitres.

En definitiva, un complejo y completo proceso 100% artesanal que desarrollan botella a

botella, lentamente, mimando el detalle y con exclusividad, hacen que CANALS & MUNNÉ pueda ofrecer siempre y en todo momento un producto de la máxima calidad.

Y todo ello bajo la batuta de las tres últimas generaciones que aún siguen en activo y que simbolizan la mejor tradición y la más avanzada modernidad. Artesanía y tecnología juntas para conseguir un resultado óptimo, único, sencillamente espectacular.

Entre sus productos merecen ser destacados los cavas Reserva de l'Avi, Gran Duc, Serralet del Guineu y Brut Nature, sus vinos blancos, tintos, rosados y de aguja PRINCEPS, sin olvidar su reconocido Marc de Cava y el famosísimo Licor Dulce.

Productos, todos ellos, que ahora pueden ser, también, adquiridos por internet ([www.canalsimunne.com](http://www.canalsimunne.com)).

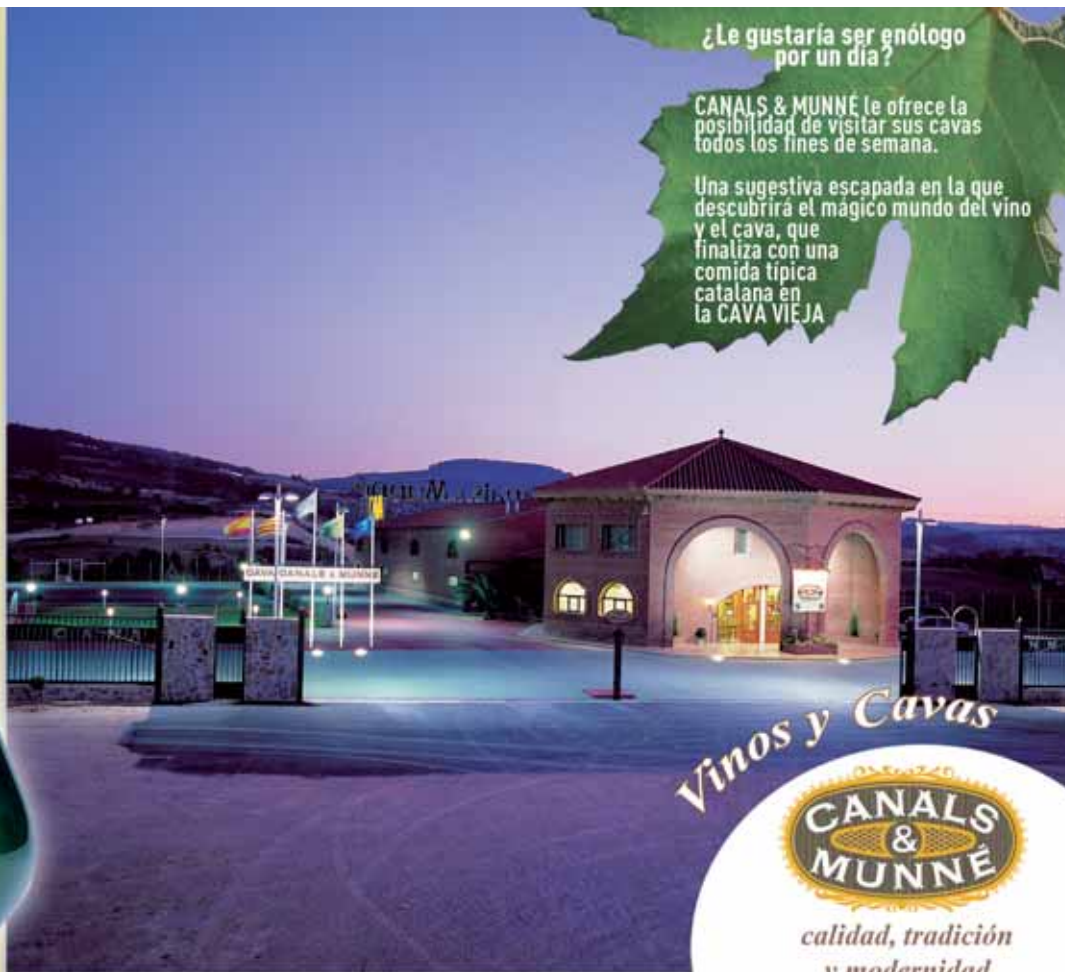
Además CANALS & MUNNÉ ofrece la posibilidad de visitar sus cavas los fines de semana y festivos para conocer el atractivo



mundo del vino y del cava convirtiendo a sus visitantes en expertos enólogos por un día. Una visita guiada que finaliza con una comida típica catalana en el restaurante ubicado en la antigua bodega llamada CAVA VIEJA por ser donde CANALS & MUNNÉ inició su actividad en 1915 y que en este momento esta en plena remodelación para convertirla en lo que será EL GRAN CENTRO DE OCIO CANALS & MUNNÉ.



BUSCAMOS DISTRIBUIDORES  
Y COMERCIALES  
en toda España



¿Le gustaría ser enólogo  
por un día?

CANALS & MUNNÉ le ofrece la  
posibilidad de visitar sus cavas  
todos los fines de semana.

Una sugestiva escapada en la que  
descubrirá el mágico mundo del vino  
y el cava, que  
finaliza con una  
comida típica  
catalana en  
la CAVA VIEJA

Vinos y Cavas



calidad, tradición  
y modernidad

Tels.: 93 891 03 18/ 33 28 / 3327 - e-mail: [info@canalsimunne.com](mailto:info@canalsimunne.com) web: [www.canalsimunne.com](http://www.canalsimunne.com)  
Plaça Pau Casals Nº 6, 08770 - Sant Sadurn d'Anoia - Barcelona