

BAKEMARK'S

# PANADERÍA

SUPPLEMENT TO BAKE

JUNIO 2021

**Adaptarse para el Éxito**  

---

**Adapting for Success**

**English**  
version starts on page

**32**

¿Listo para crecer? Confíe en el líder con...  
*las mejores mezclas.*

Autenticidad. Eso es lo que sus clientes esperan de usted y eso es lo que usted obtiene con la línea de mezclas de Trigal Dorado®. Estas mezclas brindan la autenticidad del país de origen mientras que hacen que sea más fácil y rápido hornear pan dulce y pasteles con su sabor personal distintivo. Cuando necesite autenticidad y consistencia, confíe en las mezclas de Trigal Dorado.



Pan Bizcocho | Pan Fino | Bolillo | Tres Leches | Mantecada | Guayaba | Mucho Más



Para más información,  
contacte a su agente de BakeMark,  
o visítenos en [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com).

*Shaping the Future Together®*

La versión en  
**Inglés**  
comienza en la página

**32**



**06**



**10**



**14**

## CONTENIDO

- 6** PAN Y HORNEO
- 10** PASTELES Y DECORACIONES
- 14** ADAPTARSE PARA EL ÉXITO
- 20** PERFILES DE PANADERÍAS
- 30** RECETAS DESTACADAS

Si desea descargar este ejemplar de la revista Panadería o le gustaría ver ediciones anteriores, por favor visite [www.bakemark.com](http://www.bakemark.com).

## ADAPTARSE PARA EL ÉXITO

Nuestra última visita a las panaderías innovadoras en el corazón de Estados Unidos revela muchos ejemplos del espíritu emprendedor que hace que los clientes regresen por más — mes tras mes, año tras año.

Los consumidores están ansiosos por encontrar panes creativos y productos dulces recién hechos presentados en exhibiciones atractivas. Este número está dedicado a mostrar estos excelentes ejemplos de éxito.

Desde deliciosas donas hasta pasteles creativos, hay muchos ejemplos de productos y promociones exitosas que generarán mayor tráfico hacia sus panaderías.

BakeMark está comprometido con la innovación y su éxito continuo. Le recomendamos que se comunique con su representante de ventas local de BakeMark y visite [www.bakemark.com](http://www.bakemark.com) para obtener más información sobre todo lo que BakeMark tiene para ofrecer.

Nuestros Más Sinceros Saludos,  
Su Equipo BakeMark



English

version starts on page

32



32



34



36

## CONTENTS

- 32 BREAD & BAKING
- 34 CAKES & DECORATING
- 36 ADAPTING FOR SUCCESS
- 40 BAKERY PROFILES
- 50 FEATURED RECIPES

To download this issue of Panadería Magazine or to see other previous issues, please visit [www.bakemark.com](http://www.bakemark.com).

## ADAPTING FOR SUCCESS

Our latest visit to innovative *panaderías* in America's Heartland reveals many examples of the entrepreneurial spirit that brings customers coming back for more – month after month, year after year.

Consumers are eager to find creative breads and sweet goods that are freshly made and presented in attractive displays. This issue is devoted to showcasing these

prime examples of success. From decadent donuts to creative cakes, there are many examples of successful products and promotions that will drive higher traffic to your *panaderías*.

BakeMark is committed to innovation and your continued success. We encourage you to contact your local BakeMark Sales Representative and visit [www.bakemark.com](http://www.bakemark.com) to learn more about everything BakeMark has to offer.

Very Best Regards,  
Your BakeMark Team



# AMPLIANDO NUESTRO FUTURO

Como su socio dedicado, estamos comprometidos en entregar harina de calidad y servicio confiable mientras erigimos un camino exitoso para usted, nuestra industria y nuestros productores.



# CÓMO HACER DONAS DESLUMBRANTES

Para producir donas de levadura sabrosas y donas de pastel, o ambas, los clientes elogian a BakeMark por ofrecer muchas opciones para satisfacer sus necesidades.

“Tienen los sabores adecuados para nosotros y nos brindan todo lo que necesitamos,” explica

Porfirio Castillo de Supermercado LomaBonita Panadería en Crystal, Minnesota.

Las mezclas para donas de BakeMark contienen ingredientes de alta calidad para realzar el sabor de su producto final. Utilizando leche y productos de huevo de la más alta calidad, las mezclas para donas de BakeMark están formuladas para brindar el mejor sabor y textura a sus donas.

“Sabemos que nuestras mezclas para donas le darán una ventaja sobre la competencia. Nuestro producto es menos susceptible a una fermentación excesiva o a la sobre mezcla, lo que le proporciona la consistencia correcta, bocado tras bocado,” explica BakeMark.

Con fermentación consistente, las donas ofrecen un sabor y un atractivo visual excepcionales. La variedad de mezclas

incluye una variedad de favoritos de los clientes, como Master Mix, una mezcla de donas con levadura y Sup-R-Roll, una rica mezcla de donas con levadura que es fácil de extender.

Formulada para extender fácilmente, Sup-R-Roll les da a las panaderías una dona tierna y de alto volumen. No importa el tamaño de su tienda, BakeMark ayuda a las panaderías con mezclas que le brindarán resultados asombrosos al mismo tiempo que producen un producto consistente y de alta calidad, una y otra vez.

Las mezclas de BakeMark no sólo impulsarán la calidad y la consistencia en su negocio, sino que con 27 ubicaciones en los Estados Unidos y Canadá, BakeMark puede ayudarlo y evaluar las necesidades de su negocio específico.

## SOLUCIONES EXITOSAS

Aquí hay importantes preguntas técnicas y respuestas de BakeMark:

### ¿Qué lado de las donas con levadura se debe glasear?

Glaseará la parte inferior del producto que está sentado en la pantalla elevada mientras lo deja caer en la freidora. Recuerde, es muy importante voltear su producto con levadura sólo una vez





### DÍA NACIONAL DE LA DONA

Llevándose a cabo en junio, la tradición del Día Nacional de la Dona en realidad se remonta a la Primera Guerra Mundial, cuando casi 250 voluntarias del Ejército de Salvación conocidas como “Donut Lassies” viajaron al extranjero para brindar apoyo emocional y espiritual, así como dulces, ropa y suministros a las tropas aliadas. Durante más de un siglo, la organización ha continuado brindando una amplia gama de servicios esenciales a los más vulnerables y a los hombres y las mujeres que prestan servicios en la primera línea de necesidad.

El Ejército de Salvación en Chicago celebró el primer Día Nacional de la Dona en 1938 para ayudar a los necesitados durante la Gran Depresión y para conmemorar el trabajo de las “Donut Lassies” que sirvieron donas a los soldados durante la Primera Guerra Mundial.

después de ponerlo en la manteca. Utilice estos mismos procedimientos para los panecillos redondos glaseados y de azúcar.

A veces, las barras antiguas no se dividen tan bien como deberían. ¿Esto es causado por una mezcla inadecuada?

No. La manera en que se mezcla realmente no afecta la división del producto. La mayoría del tiempo, la culpa es de una inmersión incorrecta. Si no las coloca de manera flotante de la malla durante el primer minuto de fritura, no se dividirán bien.





Sirviendo Lo  
que importa

Gasta menos costo de  
producción  
Sirve más  
con calidad

AHORRAR  
\$300

EN EQUIPO DE  
MAQUILLAJE  
DE MASA

Durante Junio



**Solo el equipo Oliver tiene la  
calidad, confiabilidad y  
durabilidad en la que puedes confiar**

- Dar forma suavemente y mantener la integridad de la masa
- Reduce la mano de obra hasta en un 90% \*, ideal para rollos, bollos, bolillos, pan de molde, panes artesanos
- Consiga un tamaño de producto uniforme para mejorar ceder y hornear.
- Fabricado con orgullo en Los Estados Unidos.
- Se puede financiar

Obtenga más información en

[www.oliverquality.com/dough](http://www.oliverquality.com/dough)

**O llame al 800-253-3893**

\* 432 lbs de masa: 90 minutos a mano; 10 minutos en el modelo

PAN Y HORENO



**¿Cuál es una buena manera de mantener limpio mi árbol de donas durante el día?**

Siempre es una buena práctica mantener la bandeja de goteo a dos peldaños debajo de la última pantalla de donas en el árbol. Esto mantiene las gotas de glaseado dentro de un área limitada y su árbol mucho más limpio.

**¿Por qué se vuelven mis donas blancas o turbias después del glaseado?**

El glaseado blanco o turbio a menudo es el resultado de glasear su producto cuando hace demasiado frío. El producto con levadura debe estar cálido para dar una superficie vidriada, brillante y lustrosa. Recuerde también mezclar su glaseado con una paleta, no con el látigo. **P**



¿Listo para crecer? Confíe en el líder con...

# la mejor masa congelada.

Su tiempo es valioso. Por eso, nuestras líneas de masa congelada de marcas BakeQwik® y Best Brands® le ofrecen la mejor calidad disponible, congeladas y convenientes para ahorrarle tiempo y costos de mano de obra. Es como tener un panadero adicional en su panadería. Eso es lo que usted obtiene con BakeQwik y Best Brands: calidad y conveniencia congelada.

**BAKEQwik**



Best Brands

Hojaldre | Croissant | Danés Europeo | Galletas | Bagels

**BAKEMARK**

Shaping the Future Together®

Para más información,  
contacte a su agente de BakeMark,  
o visítenos en [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com).



# OPCIONES DE SABORES

La primavera y el verano marcan el comienzo de un sinfín de opciones de sabores. La temporada de primavera ha llegado, trayendo consigo los colores brillantes y hermosos que señalan un nuevo despertar. Todo está en flor, desde los árboles hasta las flores y el césped fresco que brota de la tierra.

Mientras disfrutamos de la primavera, ¿no deberían sus clientes disfrutar también de los sabores primaverales?

Según BakeMark, los sabores populares de primavera son el limón, la fresa y la naranja, y los sabores tropicales como la

piña que hacen a uno soñar con una playa en una isla desierta.

BakeMark ofrece todos los sabores afrutados que usted necesita — y que sus clientes desean — disponibles en sus productos Fruit-O.

Tal vez esté buscando hacer una magdalena de limonada frambuesa, BakeMark ofrece la mezcla de pastel completa con sabores afrutados, además de ofrecer increíbles grageas.

Con tantas opciones de sabores, BakeMark demuestra ser su solución ideal para todo lo relacionado con la panadería.

No sólo le ofrecemos lo mejor de lo mejor en nuestras mezclas para panadería, sino que BakeMark también tiene numerosas opciones para satisfacer las necesidades de las panaderías de cualquier tamaño, en cualquier área y durante cualquier época del año.

## PRINCIPALES TENDENCIAS PARA 2021

Según Wilton, las siguientes son las principales tendencias para los decoradores de pasteles en 2021.

Los pasteles coloridos ciertamente tienen



su lugar, pero nada llama la atención como un sencillo pastel cubierto con crema de mantequilla negra. Elegante y clásica, la crema de mantequilla negra es un gran lienzo para la pintura para pasteles metálica o los coloridos dulces decorativos. El Pastel Encantado de Energía, decorado con una crema de mantequilla negra, se pinta después con pintura metálica dorada. Algunos dulces de cristal realmente se destacan contra el glaseado negro.

### TABLAS DE CHARCUTERÍA DE POSTRE

Disfrute del año nuevo con una tabla de charcutería llena de todos sus antojos dulces favoritos. Una tendencia popular para las fiestas y los cumpleaños, estas tablas de tema dulce son ideales para pequeñas reuniones con amigos y familiares.

### TRANSFERENCIAS DE CREMA DE MANTEQUILLA

Un método probado por el tiempo para hacer diseños icónicos, las transferencias de crema de mantequilla están programadas para hacer un regreso en 2021. Puede hacer letras, personajes o logotipos usando la técnica de transferencia de crema de mantequilla, pero también puede crear envolturas para pastel increíbles, como un Pastel en Forma de Corazón con Transferencia de Crema de Mantequilla. No es necesario cubrirlo con una espátula,




sólo colocar su diseño de crema de mantequilla en papel encerado, congelarlo y luego envolverlo alrededor del pastel.

### PASTELES PEINADOS

Hecho deslizando una espátula con ranuras a través de la crema de mantequilla, peinar su pastel es una manera rápida y fácil de agregar textura y estilo a sus postres.

### ÍCONOS

Cubra sus pasteles, magdalenas, galletas y más con arte de íconos en forma de dulces. Sólo necesita una plantilla y dulce. Simplemente use una manga pastelera para colocar el dulce derretido sobre la plantilla y deje que endurezca. Una vez fijo, puede colocar los íconos de dulce en su pastel para una decoración rápida y fácil. 



*Ese brillo en los ojos. Bien Hecho.*

Haz que tus colores brillen con luz propia y duren por muchos días, con los brillantes y resistentes glaseados y coberturas de Flavor Right.

Mira y aprende lo fácil que es crear vibrantes diseños en coberturas estilo crema de mantequilla, decorar con flores texturizadas, y batir rellenos con nuestra nueva serie de videos Mix Masters.

*Flavor Right*<sup>TM</sup>



# ACADEMIA DE FABRICACIÓN DE BAKER

Conocimiento fundamental para todos los empleados nuevos en el trabajo en cualquier instalación de panadería al por mayor.

Precios del programa:

Miembro de ABA: \$50  
No miembro: \$100

1 hora en total, hasta 2 semanas para terminar

## FUNDAMENTOS DE PANADERÍA Y GALLETERÍA 101



SEGURIDAD EN  
EL TRABAJO



HIGIENE Y SEGURIDAD  
ALIMENTARIA



CAPACITACIÓN  
TÉCNICA

### BENEFICIOS DE UN VISTAZO:

- Las empresas de panadería retienen a los empleados y previenen los lotes defectuosos a través de capacitación especializada a pedido
- Los estudiantes / empleados reciben capacitación dinámica, interactiva y específica para hornear.

- Los gerentes de capacitación reciben un registro, documentación y progreso sencillos de los estudiantes

PATROCINADO

GENEROSAMENTE POR:



## CAPACITACIÓN DE GALLETAS Y GALLETAS SALADAS NIVEL BÁSICO



También disponible en español!

4-5 horas en total, hasta 6 semanas para completar.

Conocimiento fundamental para todos los empleados nuevos en las operaciones de galletas dulces y galletas saladas.

### LAS LECCIONES INCLUYEN

- El programa consiste en cuatro módulos: Ingredientes, Mezclado, Formación y Horneado.

El curso de capacitación de galletas dulces y galletas saladas incluye ejercicios interactivos, videos y fotos, un glosario de términos, pruebas de opción múltiple, seguimiento de las actividades de los estudiantes y un certificado de finalización.

Precios del programa:

Miembro de ABA: \$150  
No miembro: \$300

MÁS INFORMACIÓN EN [AMERICANBAKERS.ORG/ACADEMY](http://AMERICANBAKERS.ORG/ACADEMY)



# ADAPTARSE PARA EL ÉXITO

Cuando la pandemia de COVID-19 se manifestó por primera vez hace un año, El Burrito Mercado, un minorista favorito desde hace mucho tiempo en St. Paul, Minnesota, ideó un nuevo sistema de punto de venta (POS, por sus siglas en inglés) para su sistema

de computación, agregando pedidos por Internet como una opción atractiva.

“Tenemos servicio de recogida en la acera,” explica Analita Silva, una de las tres propietarias del negocio familiar que se fundó en 1979.

“Desde el principio, estuvimos muy

ocupados. Está funcionando bien para la panadería, el supermercado y nuestro restaurante.”

La panadería utiliza DoorDash, el servicio de pedido de alimentos por Internet como su sistema de compra por Internet, y las propietarias están de acuerdo



en que los clientes están contentos con los resultados.

“Podemos hacer comestibles y pasteles en un solo pedido,” explica Analita.

Sin embargo, en cuanto al pan, la preferencia del cliente sigue siendo entrar y oler los productos de panadería frescos cada mañana antes de realizar una compra.

Las propietarias han discutido la posibilidad de vender paquetes de comida a través del sistema POS y están explorando otras vías.





“Creo que los pedidos por Internet llegaron para quedarse,” dice Analita. “Estamos trabajando para producir una apariencia más refinada. Contratamos a un estudiante universitario para que viniera y tomará fotos para el sistema de Internet. Hemos clasificado los productos en categorías para que los clientes puedan encontrar fácilmente lo que desean pedir por Internet. El sistema está funcionando bien.”

### **OPTIMISTAS DE LA RECUPERACIÓN**

A medida que más residentes de Estados Unidos son elegible para las vacunas, los consumidores y las empresas están viendo la luz al final del túnel. La “charla sobre





vacunas” se está infiltrando en las videoconferencias, y las empresas y los consumidores están comenzando a hablar y planificar un futuro posterior a la pandemia.

Utilizando datos del último Informe de Audiencia Total de Nielsen: Publicidad en los Medios de Hoy, (en inglés: Total Audience Report: Advertising Across Today's Media) Nielsen ha identificado tres grupos de consumidores en recuperación principales: los Optimistas de la Recuperación, los Optimistas Cautelosos de la Recuperación y los Pesimistas de la Recuperación.





Si bien los consumidores que se identifican con estas categorías pueden cambiar a medida que avanza el lanzamiento de la vacuna, la edad, el género y el origen étnico son algunos de los factores que los publicitarios pueden considerar al ver quién es más optimista y ansioso por comprar.

Según los resultados de una encuesta reciente de Nielsen, es más probable que los consumidores hispanos sean Optimistas de la Recuperación. Durante COVID-19, estos encuestados informaron que se vieron afectados moderadamente por las restricciones relacionadas con COVID, y

el 44% dijo que podían ahorrar más en comparación con el 39% de todos los adultos mayores de 18 años. Más de la mitad (53%) dijeron que pudieron hacer compras “importantes” (\$500 o más) durante la pandemia en comparación con el 43% de los adultos mayores de 18 años.

En los próximos 12 meses, los encuestados hispanos dicen que son dos veces más probables de comprar una casa nueva que el adulto promedio y son más probables de comprar o arrendar un vehículo nuevo o usado. Estos consumidores son los más ansiosos por planificar o reservar unas vacaciones (71%), cenar en restaurantes (70%) y visitar cafeterías (69%). Los publicitarios pueden llegar a este grupo de consumidores en su teléfono inteligente, donde pasan más de 18 horas a la semana viendo videos, escuchando transmisiones de audio y conectándose en las redes sociales en el segundo trimestre de 2020. **P**





# SUPERMERCADO LOMABONITA PANADERIA

120 WILLOW BEND  
CRYSTAL, MINNESOTA  
(763) 537-4749  
PORFIRIO CASTILLO, PROPIETARIA

**P**orfirio Castillo de Supercor LomaBonita Panadería explica la próspera historia de la operación de venta minorista de alimentos en constante expansión de su empresa, que incluye una bella panadería que ofrece auténticos y deliciosos panes, repostería y coloridos pasteles.

“Nuestra gente es educada y hemos ido haciendo cambios,” explica Castillo, aludiendo a los requisitos para realizar negocios en un mundo post-covid. “Todavía tenemos exhibiciones maravillosas.”

Pasteles creativos con sabrosas opciones como tres leches y chocoflán se presentan en las vitrinas todos los días, y este año





están vendiendo más de los tamaños más pequeños.

Como ejemplo, Castillo explica que un cliente hace un año pidió un pastel gigante y varios pasteles de mesa para una celebración de cumpleaños a la que asistieron 700 personas.

“Tenemos 150 personas este año,” explica, citando la diferencia en las reuniones de invitados para cumpleaños, bodas y quinceañeras.

“En este momento, estamos volviendo al negocio de los pasteles de tamaño normal,” dice Castillo. “La pandemia no afectó la popularidad de los sabores. El tres leches sigue siendo el más popular. Pero hacemos más tamaños: un tamaño personal, uno para cinco personas, uno para ocho personas, uno para 15 personas. Hacemos de cinco a seis tamaños de pastel de forma regular.”

La repostería es donde han visto un aumento considerable, ya que la gente está haciendo más celebraciones en casa.



“La gente busca repostería y todos tienen diferentes sabores favoritos,” dice Castillo. Ofrecemos un producto con sabor a canela y otro con nueces adentro. Otro pan, el colchón, se destaca por su sabor a naranja.

Otro pan dulce popular es la canasta, que se rellena con piña y crema bávara.

El popular supermercado continúa expandiendo su negocio de panadería y abarrotes para adaptarse al rápido crecimiento de la demanda por auténticos productos hispanos en las Twin Cities.

Gregorio Castillo y Susana Guerrero fundaron el negocio en 2006 y abrieron su primera tienda en el suburbio de Crystal, Minnesota. Tienen planes de seguir creciendo y expandirse en el futuro. **P**



# Perfección en *cada grano*



### Harinas Estándares con Patente

Dakota Champion/Dakota Diamond/Miller's Choice

### Harinas con Patente a Corto Plazo

Dakota Pride/Bakers Pride/Dakota Maid

### Harina Clara

Dakota Warrior

### Harinas con Patente a Largo Plazo

Dakota Brave

### Harinas Especiales

Harinas de Trigo Integral/ Harina de Cebada Malteada/ Harina Blanca Integral

### Harinas Orgánicas

Harinas de Trigo de Primavera Orgánico Dakota Maid/ Harinas de Trigo Integral Orgánico Dakota Maid

### Harinas con Alto Contenido de Gluten

Dakota Chief/Empire Builder/Dakota State/Capitol/Big 15/Dakota Queen/Dakota King/Dakota Premier

Descubra la diferencia de North Dakota

Llame al 1-800-538-7721  
www.ndmill.com

CERTIFICADA FSSC 22000





# EL BURRITO MERCADO

175 CESAR CHAVEZ STREET  
ST. PAUL, MINNESOTA  
(651) 227-2192  
ANALITA SILVA, PROPIETARIA



El panadero jefe, Don Carlos Ocadio de El Burrito Mercado en St. Paul, Minnesota, ha horneado pan y pan dulce desde el principio, en 1979, para este minorista de propiedad familiar ubicado en el corazón de las Twin Cities. Este último año, observa él, ha sido diferente a cualquier otro — debido a los difíciles efectos de la pandemia de COVID-19.

Durante un período de unos ocho meses en el año pasado, la panadería operó bajo estrictas pautas para proteger a los clientes y al personal. A los clientes se les permitía entrar a la tienda, pero tenían que señalar lo que querían comprar.

Ahora esas pautas para los clientes se han relajado y el negocio está volviendo a la normalidad. Eso hace feliz a Don



Carlos, el hecho de que los clientes puedan experimentar el disfrute total de hacer sus compras en su panadería.

“Hay algo especial en cuanto al pan fresco que uno siempre quiere seleccionar lo que uno quiere comprar sosteniéndolo en las manos y oliendo el aroma fresco,” explica Analita Silva, quien dirige la panadería junto con su madre, Suzie Silva, y su tía Milissa Silva.

“Nuestras ventas de pan están de nuevo al nivel de antes,” agrega. “Nos mantuvimos constantes con nuestras ventas de pan dulce y pasteles. Vendimos más pasteles de 6 pulgadas, mini pasteles y rebanadas de pastel. Vendimos muchos pasteles más pequeños durante la pandemia. Nos adaptamos a lo que los clientes necesitaban.”

Los propietarios también decidieron que era hora de renovar el área de la panadería de su tienda. Construyeron una vitrina completamente nueva para los bolillos el año pasado, brindando a los clientes una forma más conveniente de comprar el sabroso pan. La vitrina mide 6 pies de largo con tres estantes. Todas las mañanas, llenan los estantes con bolillos frescos y calientes, y los compradores vienen a comprarlos de seis a diez o incluso hasta doce piezas a la vez.



Las conchas y los bolillos siguen siendo los productos más vendidos en la panadería y ahora han agregado más sabores.

“Además de las tradicionales conchas de vainilla y chocolate, agregamos rosa, verde y naranja — para Halloween y otras ocasiones,” dice Analita. “Nuestra producción ha sido constante y a la gente le gusta eso.”

En el negocio de los pasteles, los pasteles clásicos tres leches de vainilla siguen siendo los más vendidos.

Milissa es la directora ejecutiva del negocio familiar y Analita se desempeña como

directora de catering y dirige la panadería y la tienda de delicatessen. Suzie dirige el departamento de recursos humanos.

“Las propietarias son mujeres y son latinas. Eso nos enorgullece,” dice Analita. “Nos reímos en las reuniones y trabajamos duro. Todos crecimos en el negocio, lo que lo hace interesante. Somos una familia y tratamos a nuestros clientes de la misma manera, como parte de nuestra familia. Ese es el objetivo de nuestro trabajo. Sabemos que este enfoque funciona muy bien.” **P**





# MARISSA'S BAKERY

2750 NICOLLET AVENUE  
MINNEAPOLIS, MINNESOTA  
(612) 871-4519  
ISIDRO PEREZ, PROPIETARIA

Isidro Pérez, dueño de Marissa's Bakery, una de las panaderías más antiguas y establecidas en Minneapolis, Minnesota, admite que está feliz de que sigan siendo un pilar de su comunidad, sobreviviendo un año difícil en el que la pandemia de COVID-19 creó una gran cantidad de desafíos para las empresas independientes.

La panadería es famosa por sus panes y repostería fresca, incluyendo dos tamaños de bolillos, uno grande que se vende por \$1.25 cada uno y los más pequeños que cuestan 60 centavos.

“Podemos crecer más,” dice sucintamente. “Todo se hace fresco hoy y los clientes saben que pueden encontrar lo que buscan. Por eso tenemos éxito.”

“Sobrevivimos porque la panadería es una de nuestras prioridades,” explica Paola Torres, gerente de oficina. “Permanecemos abiertos durante la pandemia. Queremos que nuestra gente siga trabajando y que nuestros clientes estén contentos.”

A medida que se acerca el verano, se concentran en más pasteles y antojos dulces. Las galletas son una de las golosinas más populares del verano y venden muchas variedades deliciosas.

Hace varios años, la panadería experimentó una gran expansión para adaptarse a la creciente demanda por sus productos frescos de panadería. Su enorme tienda ahora cuenta con un departamento de panadería que ocupa aproximadamente la cuarta parte de los pies cuadrados totales. Renovaron el espacio de la panadería y agregaron nuevos equipos, incluyendo un nuevo horno de rejilla en el departamento de panadería.

La familia Pérez comenzó en Minnesota en noviembre de 1998 cuando abrieron las puertas de su negocio, Marissa's Bakery, que, además de un departamento de panadería fresca y carne fresca, operó una de las primeras tortillerías en el estado.

Isidro Pérez originalmente creció en San José Quebrantadero en Morelos, México. Llegó a los Estados Unidos hace casi tres décadas en busca del sueño americano. En un principio, se instaló en Chicago en 1974, donde trabajó durante muchos años en la industria automotriz.

Pérez soñaba con abrir algún día su propia panadería pequeña, un oficio que su familia había seguido durante varias generaciones. Al final, había ahorrado lo suficiente para mudarse a Minneapolis,



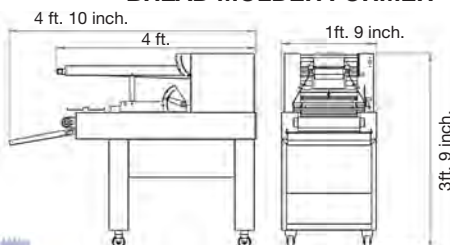
donde abrió su tienda en una sección concurrida del centro de la ciudad en Nicollet Avenue.

Las ventas minoristas representan una gran parte de las ventas, pero también venden una gran cantidad de productos de panadería (principalmente teleras) a cuentas mayoristas, como los restaurantes independientes. De ahí resultó la necesidad de ampliar las líneas de producción y nuevos equipos.

Hace aproximadamente cuatro años, agregaron un nuevo almacén en el segundo nivel y un nuevo restaurante y salón de recepción en el tercer piso con una terraza en la azotea. **P**

■ EQUIPO BOLILLERO COMPACTO

BREAD MOLDER FORMER



■ DEPOSITADORA

Para la fabricación de magdalenas, bizcochos, sobaos y otras elaboraciones de masas blandas o semiblandas, de forma rápida y cómoda. para una producción de 50 a 200 kg/día



■ NUEVO HORNO ROTATIVO

Con panel digital programable. 99 programas/recetas. Con y sin vapor, para bolillos, teleras, panes dulces, pasteles, etc.



■ CROISSANT/CUERNERA AUTOMATICA

Produccion 6.000 piezas por hora  
Capacity 6.000 units per hour



**Argencal Co.**

Address: 18715 Delight St. Canyon Country, Ca. 91351

Cell Ph English/Spanish 661-212-8683

argencalequipment@gmail.com • www.argencal.com

Financing available / Pregunte por financiaci3n.



## DELICIOSAS DONAS DE CARAMELO Y CHOCOLATE

**PEZAR Y MEZCLAR:** Mezcle la masa según las instrucciones del envase para preparar una tanda pequeña.

**RECUERDA:** Utilice la balanza para pesar todos los ingredientes, incluida el agua. Use un termómetro para determinar la temperatura adecuada del agua. Deje reposar la masa entre 30 y 60 minutos.

**PREPARAR:** Haga un bollo con la masa. Deje reposar 15 minutos más. Extiéndala y córtela en aros, sin extraer el orificio del centro.

**DEJAR LEUDAR Y FREÍR:** Deje leudar en una cámara de

leudado seca media entre 90 °F y 100 °F. Fría a 375 °F durante 55-60 segundos por lado en BakeSense Palm Fry Shortening dejando el orificio de la dona dentro del aro.

**TERMINAR:** Una vez que las donas se enfriaron, presione el orificio de la dona hacia abajo para poder rellenarla con Westco Chocolate Filling. Bâñelas con Westco Caramel Dipping Icing, rellene con Westco Chocolate Filling y cubra con avellanas picadas. Rocíe con Westco Chocolate Dipping Icing y decore con un trozo de chocolate.



### BAKEMARK PRODUCTOS A UTILIZAR

09860 Westco Sup-R-Roll YRD Mix  
20763 Westco Chocolate Filling  
50712 BakeSense Instant Yeast Red  
36516 Westco Caramel Dipping Icing  
36511 Westco Chocolate Dipping Icing  
17231 BakeSense Palm Fry Shortening

### TAMBIÉN PUEDE UTILIZAR

50445 Westco New Horizon YRD Mix  
17240 BakeSense IE Fry Shortening

## TORTE DE PASTEL DE ZANAHORIA

**MEZCLAR:** Mezclar la masa siguiendo las instrucciones proporcionadas en la bolsa de Westco Complete Carrot Cake Mix sin Nueces para producir una hornada chica. Dejar la masa reposar 30 minutos antes de pasar al molde para hidratar las pasas y las zanahorias ralladas.

**PREPARAR:** Pastel: Inmediatamente antes de pasar al molde, mezclar la masa a mano o a baja velocidad para distribuir las pasas y las zanahorias ralladas uniformemente por toda la masa. Pesar y pasar 1 libra de mezcla en moldes redondos de 8".

Zanahorias de Fondant: Utilizando gel líquido para dar color, añadir a un poco de BakeSense Rolled White Vanilla Fondant para producir un color verde claro. Moldear BakeSense Orange Vanilla Rolled Fondant en forma de zanahorias. Usar un cuchillo para hacer marcas

que imitan la textura de las zanahorias. Usar una extrusora para hacer tallos verdes con el fondant de color verde claro y colocar los tallos en cada zanahoria. (Nota: también puede moldear los tallos a mano y cortar los tallos en 4 con un cuchillo para fondant).

**HORNEAR:** Hornear de 335 a 375°F por 20 a 25 minutos. Invierta las capas inmediatamente después de sacarlas del horno para evitar que se encojan y maximizar la vida útil. Después de que las capas estén completamente frías, congelar durante la noche.

**TERMINAR:** Después de sacar del congelador, cortar dos de las capas por la mitad horizontalmente. Reservar las migas del pastel para cubrir los lados.

Colocar una capa de pastel rebanado sobre un círculo de pastel de 9". Untar una capa de 1/4" de grosor de Westco Cream Cheese Icing encima

del pastel. Colocar otra capa de pastel rebanado encima de la cobertura de queso crema. Untar otra capa de cobertura de queso crema encima. Repetir con las otras dos capas. Cubrir los lados del pastel con

una capa de 1/4" de grosor de Westco Cream Cheese RTU Icing. Cubrir los lados con las migas de pastel de zanahoria. Adornar la parte superior del pastel con 12 zanahorias de fondant.

### BAKEMARK PRODUCTOS A UTILIZAR

31598 Westco Complete Carrot Cake No Nuts  
11864 Westco Cream Cheese RTU Icing  
52262 BakeSense Orange Vanilla Rolled Fondant  
52246 BakeSense White Vanilla Rolled Fondant

### TAMBIÉN PUEDE UTILIZAR

71659 Best Brands Carrot Cake Mix



# Soluciones con Productos de BakeMark

## AUTÉNTICA Y CONVENIENTE

La administración de una panadería exitosa no tiene que tomar mucho tiempo ni ser difícil. Con la calidad y conveniencia de la línea de mezclas Trigal Dorado®, incluyendo Bizcocho Mix, Pan Fino Mix, Guayaba Mix y Tres Leches Cake Mix, usted ahorrará tiempo, mano de obra y en los costos de los ingredientes mientras que ofrece los sabores auténticos que sus clientes desean. Para obtener más información, visite [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com)



## LLÉNELO DE SABOR

La línea de rellenos Trigal Dorado es el complemento perfecto para sus empanadas, galletas y pasteles, cualquier cosa que usted quiera llenar de sabor. Incluyen sabores como piña, guayaba, mango y dulce de leche, los rellenos de la línea Trigal Dorado ofrecen los sabores dulces tradicionales que harán que sus clientes regresen por más. Para obtener más información, visite [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com)



## UN BRILLO RELUCIENTE COMO NINGÚN OTRO

Llamar la atención de los clientes y satisfacer sus dulces antojos, son dos claves para tener un pastel exitoso y una buena oferta de repostería, y Sprinkelina® Glitter Glaze ofrece ambas cosas. Únicamente vacíe y aplique Sprinkelina Glitter Glaze viene envasada en bolsas de plástico, se pueden congelar y descongelar y vienen en una variedad de colores y sabores de frutas. Visite [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com)



## DELICIOSA Y FÁCIL DE USAR

Hacer pasteles tres leches ahora es más fácil. Confíe en la leche Alegría® de Trigal Dorado para producir el dulce y delicioso sabor de tres leches sin el costo asociado con la compra de los productos lácteos y el tiempo necesario para mezclarlos. Combine esto con el dulce y cremoso sabor del Whipped Topping de Trigal Dorado que ofrece un acabado blanco, perfecto para ponerle frutas y otros adornos, y tendrá un pastel de tres leches que se convertirá en el pastel favorito de sus clientes. Para obtener más información, visite [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com)



## ESPARCIENDO ALEGRÍA EN EL MUNDO MÁGICO DE HORNEAR

Colorido. Dulce. Diversión. Eso es lo que los clientes están buscando en sus pasteles, panes dulces y postres, y de eso es lo que se trata la línea de Confitos de Sprinkelina®. Se ofrece en una amplia variedad de colores, combinaciones y sabores, Los Confitos de Sprinkelina ofrecen el acabado perfecto que le da ese extra de magia para sus pasteles, pastelitos, galletas, o lo que usted pueda imaginar.



For more information, contact your BakeMark sales rep, or visit BakeMark on the web at [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com)

# HOW TO MAKE DAZZLING DONUTS



For flavorful yeast donuts and cake donuts, or both, customers praise BakeMark for offering many options to suit their needs.

“They have the right flavors for us, and they supply us with everything we need,” explains Porfirio Castillo of Supermercado LomaBonita Panaderia in Crystal, Minnesota.

BakeMark’s donut mixes contain high quality ingredients to enhance the flavor of your final product. Utilizing the highest quality milk and egg products, BakeMark donut mixes are formulated to bring the best flavor and texture to your donuts.

“We know that our donut mixes will give you an edge over the competition. Our product is less susceptible to over proofing or over mixing, providing you with the correct consistency, bite after bite,” BakeMark explains.

With consistent proofing, donuts offer outstanding flavor and visual appeal.

The variety of mixes includes a variety of customer favorites such as Master Mix, a very rich

yeast raised donut mix, and Sup-R-Roll a rich yeast raised donut mix that is easy to roll out.

Formulated for its ease of rolling out, Sup-R-Roll gives bakeries a high volume, tender eating donut. No matter the size of your shop, BakeMark helps bakeries with mixes that will give you amazing results while also producing a high-quality, consistent product, time after time. Mixes from BakeMark will not only drive quality and consistency in your business but with 27 locations across the United States and Canada, BakeMark can assist and assess the needs of your specific business.

## SUCCESSFUL SOLUTIONS

Here are important technical questions and answers from BakeMark:

### Which side of raised rounds should be glazed?

You will actually glaze the bottom side of the product that’s sitting on the raised screen as you drop it into the fryer. Remember, it is very important to turn your raised product only once after you put it into the shortening. Use these same procedures when handling iced and sugar rounds.

### Sometimes, old-fashioned bars don’t split as well as they should. Is this caused by improper mixing?

No. Mixing really doesn’t affect the split of old-fashioned product. Most of the time, incorrect submersion is to





blame. If you don't float them off the screen during the first minute of frying, they won't split nicely for you.

#### **What is a good way to keep my donut tree clean during the day?**

It's always a good practice to keep the drip pan two rungs below the last screen of donuts on the tree. This keeps the drops of glaze and icing in a limited area and your tree a lot cleaner.

#### **Why do my donuts turn white or cloudy after glazing?**

White or cloudy glaze often results from glazing your raised product when it is too cold. Raised product should be nice and warm to give a shiny, glossy glazed surface. Remember, too, to mix your glaze with a paddle, not the whip. **P**



#### **NATIONAL DONUT DAY**

Taking place in June, the National Donut Day tradition actually dates back to World War I, when nearly 250 Salvation Army volunteers known as "Donut Lassies" traveled overseas to provide emotional and spiritual support as well as fried confectionery, clothes and supplies to allied troops. For more than a century, the organization has continued to provide a wide range of essential services to the most vulnerable and the men and women serving on the front lines of need.

The Salvation Army in Chicago celebrated the first National Donut Day in 1938 to help those in need during the Great Depression and to commemorate the work of the "Donut Lassies," who served donuts to soldiers during World War I.



# *Flavor* OPTIONS

Spring and summer usher in an endless supply of flavor options. The spring season is upon us, bringing with it the bright and beautiful colors that signal a new awakening. Everything outside is in bloom, from the trees to flowers to fresh grass popping up out of the earth.

As we enjoy the sights of spring, shouldn't your customers be enjoying the spring flavors too?

According to BakeMark, popular spring flavors are lemon, strawberry, and orange, and the tropical flavors like pineapple that have you dreaming of a beach on a deserted island.

BakeMark offers all the fruity flavors you need – and that your customers want – available in its Fruit-O products.

Maybe you are looking to make a raspberry lemonade cupcake, BakeMark offers the complete cake mix to fruity flavors, as well as offering amazing sprinkles.

With so many options in the flavors department, BakeMark proves to be your go-to solution for all things bakery. Not only do we offer you the best of the best in our bakery mixes, but BakeMark also has tons of options to meet the needs of any

size bakery, in any area, and during any season of the year.

## TOP TRENDS FOR 2021

According to Wilton, the following are top trends for cake decorators in 2021.

Colorful cakes certainly have their place, but nothing strikes the eye like a clean, black buttercream cake. Classy and elegant, black buttercream makes a great canvas for metallic cake paint or colorful candy decorations. The Enchanted Energy Cake, decorated with a black buttercream, is then painted



with gold metallic paint. A few candy crystals really pop against the black frosting,

### DESSERT CHARCUTERIE BOARDS

Graze into the new year with a charcuterie board filled with all your favorite sweet treats. A popular trend for holidays and birthdays, these themed sweet boards are great for small gatherings with friends and family.

### BUTTERCREAM TRANSFERS

A time-tested method for making iconic designs, buttercream transfers are set to make a comeback in 2021. You can make letters, characters or logos using the buttercream transfer technique, but you can also create amazing cake wraps, like a Buttercream Transfer Heart Cake. No need to spatula ice this one, just pipe your buttercream design on waxed paper, freeze it, then wrap it around your cake.

### COMBED CAKES

Made by running a grooved icing smoother through buttercream frosting, combing your cake is a quick and easy way to add texture and style to your desserts.

### ICONS

Top your cakes, cupcakes, cookies and more with candy-shaped icon art. All you need is a template and candy. Simply pipe the melted candy over the template and let harden. Once set, you can place the candy icons all over your cake for quick and easy decorating. **P**





# ADAPTING FOR SUCCESS

When the COVID-19 pandemic first hit a year ago, El Burrito Mercado, a longtime favorite in St. Paul, Minnesota, came up with a new point-of-sale (POS) system for their

computer system, adding online ordering as an attractive option.

“We have curbside pickup,” explains Analita Silva, one of the three women owners of the family business that was

founded in 1979. “From the beginning, it was really busy. It is working well for the bakery, grocery and our restaurant.

The bakery uses DoorDash, online food ordering as their online purchasing system,



and the owners agree that customers are happy with the results.

“We can do groceries and cakes all in one order,” Analita explains.

Yet in the bread aisle, the customer preference remains to come in and smell the fresh bakery products each morning prior to making a purchase.

The owners have discussed the possibility of selling meal kits through the POS system, and they are exploring other avenues.



“I think online ordering is here to stay,” Analita says. “We are working on a more refined look. We hired a college student to come in and do photos for the online system. We have put products into categories so that customers can easily find what they want to order online. The system is working well.”

### RECOVERY OPTIMISTS

As more of the U.S. becomes eligible for vaccinations, consumers and companies are seeing the light at the end of the tunnel. “Vaccine small talk” is infiltrating video conferences, and companies and consumers are beginning to talk and plan for a post-pandemic future.

Using data from the latest Nielsen Total Audience Report: Advertising Across Today’s Media, Nielsen has identified three primary consumer recovery groups: Recovery Optimists, Cautious Optimists and Recovery Pessimists.

While consumers who identify with these categories may change as the vaccine rollout progresses, age, gender and ethnicity are a few of the factors advertisers can consider when looking at who’s most optimistic and eager to spend.

Based on the results from a recent Nielsen survey, Hispanic consumers are more likely to be Recovery Optimists. During COVID-19, these respondents reported that they were moderately impacted by COVID-related restrictions,



with 44% saying they were able to save more compared with 39% of all adults 18+. Over half (53%) said they were able to make “major” purchases (\$500+) during the pandemic compared with 43% of adults 18+.

In the next 12 months, Hispanic respondents say they are two times more likely to buy a new house than the average adult and more likely to buy or lease a new or used vehicle. These consumers are most eager to plan or book a vacation (71%), dine out at restaurants (70%) and visit coffee shops / cafes (69%). Advertisers can reach this consumer group while on their smartphone, where they spent more than 18 hours a week watching video, streaming audio and social networking in second-quarter 2020. **P**



# THUNDERBIRD



Since 1978

**Best Choice Among Brand Name Mixers in the Market. HIGH QUALITY at a REASONABLE PRICE**  
*High Quality spiral and Planetary Mixers, Bread Slicers, Dough Sheeters, Meat Grinders, Dough Dividers/Rounders, Rotary Ovens and More!*



**Only Thunderbird can offer up to 7 YEARS extended WARRANTY!!!**



**Planetary Mixers**  
 10qt up to 200 qt Capacity



**Vertical Cutter Mixer**  
 15 hp, 90 min. Digital Timer  
 Two Speeds



**Reversible Dough Sheeter**  
 115V or 220V  
 All Stainless Steel or Painted  
 Version



**TDR-36 Semi-auto Dough  
 Rounder/Divider**  
 Optional Dividing Units for  
 Choice (14.30.36.52)

**Spiral Mixers**  
 Capacity from 88lbs  
 to 440lbs of Dough



**ASP-200 Spiral Mixer w/  
 Removable Bowl**  
 440 lbs dough Capacity



**Call us Today! THUNDERBIRD FOOD MACHINERY, INC.** (PIZZA HUT OFFICAL VENDOR)

4602 Brass Way, Dallas, TX 75236  
 TEL: 214-331-3000; 866-7MIXERS; 866-875-6868; 866-451-1668  
 FAX: 214-331-3581; 972-274-5053  
 WEBSITE: [www.thunderbirdfm.com](http://www.thunderbirdfm.com); [www.thunderbirdfm.net](http://www.thunderbirdfm.net)

PO Box 4768, Blaine, WA 98231  
 TEL: 360-366-0997; 360-366-9328  
 FAX: 360-366-0998; 604-576-8527  
 EMAIL: [tbfm@tbfm.com](mailto:tbfm@tbfm.com); [tbfmdallas@hotmail.com](mailto:tbfmdallas@hotmail.com)



# SUPERMERCADO LOMABONITA PANADERIA

120 WILLOW BEND  
CRYSTAL, MINNESOTA  
(763) 537-4749  
PORFIRIO CASTILLO, OWNER



**P**orfirio Castillo of Supmercado LomaBonita Panadería, explains the rich history of his company’s ever-expanding food retailing operation, which includes a beautiful bakery that features authentic, delicious breads, pastries, and colorful cakes.

“Our people are educated, and we have been making changes,” Castillo explains, alluding to the requirements of doing business in a post-COVID world. “We still have wonderful displays.”





Creative cakes with flavorful *tres leches* and *chocoflan* options are featured in the everyday display cases, and this year they are selling more of the smaller sizes.

As an example, Castillo explains that one customer a year ago ordered one giant cake and multiple table cakes for a birthday



celebration attended by 700 people.

“We have 150 people this year,” he explains, citing the difference in guest’s gatherings for birthdays, weddings, and *quinceañeras*.

“Right now, we are getting back to the business of normal size cakes,” Castillo says. “The pandemic had no effect on the popularity of flavors. Tres leches is still the most popular. But we do more sizes: a personal size, one for five people, one for eight people, one for 15 people.

We make five to six sizes of cakes on a regular basis.”

Pastries are where they have witnessed a sizable increase in business, as people are doing more celebrations at home.

“People are looking for pastries, and everyone has different favorite flavors,” Castillo says. “We offer one pastry with cinnamon flavor, and another with walnuts inside. Another bread, *el colchon*, features orange flavor.

Another popular sweet bread is known as

the *canasta*, which is filled with pineapple and Bavarian cream.

The popular supermarket continues to expand its bakery and grocery business to accommodate rapid growth in demand within the Twin Cities for authentic Hispanic products.

Gregorio Castillo and Susana Guerrero founded the business in 2006 and opened their first store in the suburb of Crystal, Minnesota. They have plans to continue grow and expand in the future. **P**





# EL BURRITO MERCADO

175 CESAR CHAVEZ STREET  
ST. PAUL, MINNESOTA  
(651) 227-2192  
ANALITA SILVA, OWNER

Head baker Don Carlos Ocadio of El Burrito Mercado in St. Paul, Minnesota, has baked bread and pan dulce since the beginning, in 1979, for this family-owned retailer located in the heart of the Twin Cities. This past year, he observes, has been different than any other – because of the harsh effects of the COVID-19 pandemic.

For about eight months a year ago, the bakery operated under strict guidelines in order to protect customers and staff. Customers were allowed to walk into the store but had to point to what they wanted to purchase.



Now those customer guidelines are relaxed, and business is returning to normal. That makes Don Carlos happy that customers can experience the full enjoyment of shopping at their bakery.

“There is something about fresh bread that always want to select what you want to buy by holding it in your hands and smelling the fresh aroma,” explains Analita Silva, who runs the bakery along with her mother, Suzie Silva, and her aunt Milissa Silva.

“Our bread sales are now back to where they were before,” she adds. “We stayed consistent with our sales of pan dulce and cakes. We did sell more 6-inch, mini cakes and cake slices. We sold a lot of smaller cakes during the pandemic. We adapted to what customers needed.”

The owners also decided it was time to revamp the bakery area of their store. They built an entirely new display case for *bolillos* in the past year, giving customers a more convenient way to shop for the flavorful bread. The case is 6 feet long with three shelves. Every morning, they fill up the shelves with fresh, hot



*bolillos*, and shoppers come to buy them six or 10 or even 12 at a time.

*Conchas* and *bolillos* remain top sellers at the bakery, and now they have added more flavors.

“In addition to traditional vanilla and chocolate *conchas*, we added pink, green and orange – for Halloween and other occasions,” Analita says. “Our production has been consistent, and people like that.”

In the cake business, classic vanilla *tres leches* cakes remain the top seller.

Milissa is chief executive officer of the family business, and Analita serves as director of catering and runs the bakery and deli. Suzie runs the human resources division.

“We are women owned, and Latina owned. That makes us proud,” Analita says. “We laugh in meetings, and we work hard. We all grew up in the business, which makes it interesting. We are a family, and we treat our customers that same way, as part of our family. That’s the point of our job. We know this approach works very well.” **P**





# MARISSA'S BAKERY

2750 NICOLLET AVENUE  
MINNEAPOLIS, MINNESOTA  
(612) 871-4519  
ISIDRO PEREZ, OWNER





Isidro Perez, owner of Marissa’s Bakery, one of the oldest and most established panaderías in Minneapolis, Minnesota, admits that he is happy that they remain a mainstay of their community, surviving a difficult year when the COVID-19 pandemic created a myriad of challenges for independent businesses.

The bakery is famous for their fresh breads and pastries, including two sizes of bolillos, a large that sells for \$1.25 apiece and the smaller ones that are 60 cents.

“We can grow more,” he says succinctly. “Everything is made fresh today, and customers know they can find what they want. That is why we are successful.”

“We survive because the bakery is one of our priorities,” explains Paola Torres, office manager. “We stayed open through the pandemic. We want to keep our people working, and our customers are happy.”

As the summer approaches, they focus turns to more pastries and sweets. Cookies are one of the most popular summertime treats, and they sell many varieties of delicious choices.

Several years ago, the bakery underwent a major expansion to accommodate growing demand for its fresh bakery products. Their massive store now features a bakery department that occupies about a quarter of the total square footage. They renovated the bakery space and added new equipment, including a new rack oven in the bakery department.

The Perez family started off in Minnesota in November 1998 when they opened the doors of their new business, Marissa’s Bakery, which, in addition to a fresh bakery and fresh meat department, operated one of the first tortillerías in the state.

Isidro Perez originally grew up in San Jose Quebrantadero in Morelos, Mexico.

He came to the United States nearly three decades ago in pursuit of the American dream. At first, he settled in Chicago in 1974 where he worked for many years in the automotive industry.

Perez dreamed of someday opening his own small bakery, a trade that his family had followed for several generations. Eventually, he had saved enough to make the move to Minneapolis where he opened his store in a busy section of downtown on Nicollet Avenue.

Retail sales account for a large portion of sales, but they also sell quite a bit of bakery products (mostly teleras) to wholesale accounts such as independent restaurants. Thus, the need for expanded production lines and new equipment.

About four years ago, they added a new warehouse on the second level and a new restaurant and reception hall on the third floor with a rooftop deck. **P**

# CARAMEL CHOCOLATE DELIGHT DONUTS

**MIX:** Mix the dough according to the instructions on the bag for a small batch.

**REMEMBER:** Use your scale to weigh all the ingredients, including the water. Use your thermometer to determine the proper temperature water. Let the dough rest for 30 to 60 minutes.

**MAKE-UP:** Bundle the dough. Let it rest an additional 15 minutes. Roll out and cut into rings, but leave the donut holes inside the rings.

**PROOF AND FRY:** Proof in a medium dry proof box

between 90°F and 100°F. Fry at 375°F for 55-60 seconds per side in BakeSense Palm Fry Shortening, leaving the donut hole inside the ring.

**FINISH:** After the donuts have cooled, press the donut hole down to form a depression that will hold the Westco Chocolate Filling. Dip the donuts in Westco Caramel Dipping Icing, then fill with the Westco Chocolate Filling and top with chopped hazelnuts. Drizzle with Westco Chocolate Dipping Icing and garnish with a piece of chocolate décor.



## BAKEMARK PRODUCTS USED

09860 Westco Sup-R-Roll YRD Mix  
20763 Westco Chocolate Filling  
50712 BakeSense Instant Yeast Red  
36516 Westco Caramel Dipping Icing  
36511 Westco Chocolate Dipping Icing  
17231 BakeSense Palm Fry Shortening

## ALTERNATE PRODUCT USED

50445 Westco New Horizon YRD Mix  
17240 BakeSense IE Fry Shortening

# CARROT CAKE TORTE

**MIX:** Mix the batter following the directions provided on the bag of Westco Complete Carrot Cake Mix without Nuts for a small batch. Let batter rest 30 minutes before panning in order to hydrate the raisins and shredded carrots.

**MAKE UP:** Cake: Immediately before panning mix the batter by hand or in low speed to evenly distribute the raisins and shredded carrots throughout the batter. Scale 1 LB batter into 8" round pans.

Fondant Carrots: Using liquid gel color tint some BakeSense Rolled White Vanilla Fondant light green. Mold BakeSense Orange Vanilla Rolled Fondant into carrots. Use a knife to make indents and mimic carrots texture. Use an extruder to make green stems out of the

light green fondant and attach the stems on each carrot. (Note: you can also mold the stems by hand and cut the stems in 4 using a fondant knife).

**BAKE:** Bake at 335-375°F for 20-25 minutes. Invert layers immediately upon removal from the oven to prevent shrinkage and maximize shelf life. After layers are completely cool freeze overnight.

**FINISH:** After removing from freezer, cut two of the layers in half horizontally. Reserve the cake crumbs to coat the sides. Place one sliced cake layer on a 9" cake circle. Spread a ¼" thick layer of Westco Cream Cheese Icing on top of the cake. Place another cut layer on top of icing. Spread another layer of cream cheese

icing on top. Repeat with the other two layers. Coat the sides of the cake with a ¼" thick layer of Westco Cream

Cheese RTU Icing. Coat the sides with carrot cake crumbs. Garnish the top of the cake with 12 fondant carrots.

## BAKEMARK PRODUCTS USED

31598 Westco Complete Carrot Cake No Nuts  
11864 Westco Cream Cheese RTU Icing  
52262 BakeSense Orange Vanilla Rolled Fondant  
52246 BakeSense White Vanilla Rolled Fondant

## ALTERNATE PRODUCT USED

71659 Best Brands Carrot Cake Mix



# Product Solutions from BakeMark

## AUTHENTIC AND CONVENIENT

Running a successful bakery doesn't have to be time-consuming or difficult. With the quality and convenience of the Trigal Dorado® line of bakery mixes, including Bizcocho Mix, Pan Fino Mix, Guayaba Mix and Tres Leches Cake Mix, you'll save time, labor and ingredient costs while still offering the authentic flavors that your customers love. For more information, visit [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com) today.



## FILL IT WITH FLAVOR

The Trigal Dorado line of fillings are the perfect complement to your empanadas, cookies, cakes – anything you want to fill with flavor. Including flavors like pineapple, guava, mango and dulce de leche, the Trigal Dorado line of fillings delivers the traditional, sweet flavors that will keep your customers coming back for more. For more information, visit [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com) today.



## A GLITTERY SHINE LIKE NO OTHER

Drawing attention to your cakes and satisfying your customers' sweet cravings are two keys to having a successful cake and pastry offering, and Sprinkelina® Glitter Glaze offers both. Just pour and spread, Sprinkelina® Glitter Glaze comes packed in ready-to-use pouches, is freeze-thaw stable and comes in a variety of popular colors and fruit flavors. Visit [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com) today.



## DELICIOUS AND EASY-TO-USE

Making *tres leches* cake just got easier. Trust the Trigal Dorado Alegría milk to deliver the sweet, delicious tres leches flavor without the cost of buying the milk products and the time needed to mix them. Combine that with the sweet, creamy flavor of the Trigal Dorado Whipped Topping, which delivers a bright white topping perfect for adding fruit and other decorations – and you'll have a *tres leches* cake that will become your customers' favorite cake. For more information, visit [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com).



## SPRINKLING JOY INTO THE MAGICAL WORLD OF BAKING

Colorful. Sweet. Fun. That's what consumers are looking for in their cakes, sweet breads and desserts, and that's what the Sprinkelina® line of Sprinkles is all about. Offered in a wide variety of colors, combinations and flavors, Sprinkelina Sprinkles deliver the perfect finish that adds that extra bit of magic to your cakes, cupcakes, cookies – whatever you can imagine.



For more information, contact your BakeMark sales rep, or visit BakeMark on the web at [www.yourbakemark.com](http://www.yourbakemark.com)

**Panaderia** is a supplement of Bake Magazine. Panaderia is published 4 times a year (Mar, Jun, Sep, Dec) by Sosland Publishing Company. Printed in the USA.

©2021 Sosland Publishing Company. All rights reserved. Reproduction of the whole or any part of the contents without written permission is prohibited. Sosland Publishing Company assumes no responsibility for the validity of claims in items reported. Sosland Publishing Company is a division of Sosland Companies, Inc.

#### REPRINTS, PHOTOCOPY PERMISSION

Requests for reprints of articles should be sent to [reprints@sosland.com](mailto:reprints@sosland.com) or call (816) 756-1000. BAKE is copyrighted; reproduction of the whole or any part of the contents without written permission is prohibited. Photocopy permission for academic purposes may be obtained from the editor.



**Sosland Publishing Company**  
4801 Main Street, Suite 650, Kansas City, MO 64112  
P: (816) 756-1000 F: (816) 756-0494  
Email: [bakemag@sosland.com](mailto:bakemag@sosland.com)

¿Listo para crecer? Confíe en el líder con...  
**la mejor harina.**



La herencia y el amor por la agricultura de trigo combinada con la pasión por la panadería. Eso es lo que obtiene de la harina Knoxbridge Mills®. Disponible en una amplia variedad de proteínas y tratamientos, Knoxbridge Mills ofrece la mejor harina para las mejores creaciones de panadería.

Alto Proteína | Pan | Todo-Uso | Galletas | Pastel | Harina Especial

**Knoxbridge  
Mills**

Para más información, contactenos en [support@knoxbridgemills.com](mailto:support@knoxbridgemills.com).