

BAKEMARK'S

# PANADERÍA

SUPPLEMENT TO BAKE

MARZO 2023



**Desayuno Reinventado**

**Breakfast Reimagined**

**English**

version starts on page

**30**





*No te pierdas  
ese gusto*

¿Les gustan tus rellenos a tus clientes?





Best Brands



Rellena tus creaciones con lo mejor de lo mejor,  
**confía en BakeMark** -  
el proveedor de panadería líder  
con la línea de rellenos más grande..

Has crecer tu negocio hoy

 [www.bakemark.com](http://www.bakemark.com)

 [information@bakemark.com](mailto:information@bakemark.com)

**BAKEMARK**

Shaping the Future Together®





06



08



10

La version en  
**Inglés**  
comienza en la pagina  
**30**

## CONTENIDO

- 6 PAN Y HORNEO
- 8 PASTELES Y DECORACIONES
- 10 DESAYUNO REINVENTADO
- 16 PERFILES DE PANADERÍAS
- 28 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).

## VOLVIENDO A LA NORMALIDAD

Los hábitos de consumo están volviendo a la normalidad. La gente ha vuelto al trabajo. Sin embargo, hay algunas excepciones relacionadas con el consumo de productos frescos de panadería. Uno es el regreso de la demanda de productos para el desayuno, pero con un cambio. El cambio es que los compradores anhelan sabores creativos para el desayuno más que antes, así como una presentación única.

Estas tendencias son ampliamente evidentes en las panaderías del sur de California. Los nuevos productos como el cheesecake de churros y el pan tostado francés al estilo cu-

bano conocido como torreja tienen una gran demanda. Los tamales, recién hechos todas las mañanas y rellenos de deliciosas opciones, están ganando más popularidad.

En esta edición de Panadería de BakeMark, destacamos estas tendencias y mucho más. Esperamos que estas ideas lo inspiren a poner la innovación de productos al centro de sus operaciones.

BakeMark está comprometido con la innovación y su éxito continuo. Le recomendamos que se comunique con su representante local de ventas 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

30



## CONTENTS

- 30 BREAD & BAKING
- 32 CAKES & DECORATING
- 34 BREAKFAST REIMAGINED
- 38 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).

## RETURN TO NORMALCY

Consumer habits are returning to normalcy. People are back to work. But there are a few exceptions related to fresh bakery consumption. One is the return of demand for breakfast items, yet with a twist. The twist is that shoppers crave creative flavors for breakfast, as well as unique presentation, more than before.

These trends are widely evident in panaderías in Southern California. New products like churro cheesecake and Cuban-style French toast known as torrijas are in huge

demand. Tamales – made fresh every morning and filled with delicious options – are gaining more popularity.

In this issue of BakeMark's Panadería, we showcase these trends and much more. We hope these ideas will inspire you to bring product innovation front and center.

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





# CADA PASO DEL CAMINO

Como su socio, estamos comprometidos a brindar harina de calidad y servicio confiable mientras construimos un camino hacia el éxito para usted, para nuestra industria y para nuestros productores.

¡Visite el **NUEVO**  
**graincraft.com!**

No se pierda la videoteca junto con fórmulas, consejos y trucos de nuestros expertos de harina que piensan en masa todo el día.



# EMPAQUE Y *Conveniencia*

Los cambios temporales desarrollados durante la pandemia — servicios de entrega ampliados, opciones para cenar al aire libre e inversiones en tecnología — son la base de lo que ahora se considera la “nueva normalidad” de la industria de panadería y de servicio de alimentos.

Según la Asociación Nacional de Restaurantes, al menos 4 de cada 10 operadores en cada uno de los tres segmentos de servicio limitado — servicio rápido, informal rápido y café/refrigerios — creen que la adición de servicio drive-thru será más común en 2023.

El empaque juega un papel central en esta tendencia, como lo demuestran los proyectos en curso en el grupo diverso de panaderías del sur de California.

En Acacia Bakery en San Pedro, California, el propietario Alfredo Bran explica que implementan una estrategia exitosa antes de abrir las puertas todas las mañanas a las 5 a.m. Muchos de los panes están empacados para transportar fácil y convenientemente. Hay una bandeja central llena de conchas, tortillas y variados panes frescos ya empaquetados.

“Tratamos de despachar a la gente en menos de uno o dos minutos,” dice Bran, hablando de la estrategia de la panadería para mantener a los clientes satisfechos con su servicio. “Nuestro pan siempre está recién horneado. Ese es nuestro secreto. Nuestros bolillos frescos tardan menos de dos horas en salir del horno.”



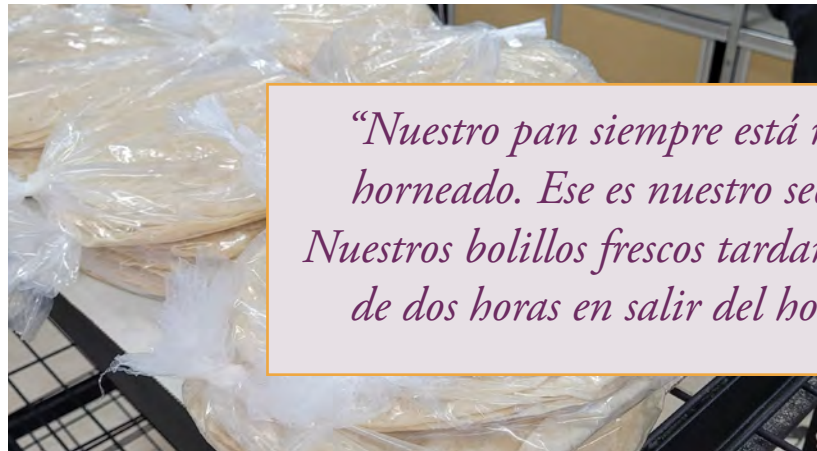
## CRECIMIENTO DE LA INOVACIÓN

La tecnología avanzada y los equipos innovadores están cambiando la industria de la panadería minorista. Según El Informe Sobre el Estado de la Industria de Panadería Minorista de 2022 realizado por Cypress Research para Sosland Publishing, el 18% de las panaderías minoristas están abordando la escasez de habilidades de la industria mediante el aumento de la automatización.

Para muchos, el impulso por mejorar la tecnología está generando una mayor confianza en los pedidos por Internet y el marketing en sitios web.

Muchos minoristas, incluyendo las panaderías de productos frescos, están utilizando tecnologías e innovaciones de empaque para mejorar su servicio al cliente.

Un informe de la Asociación Nacional de Restaurantes revela que en 2023, muchos operadores quieren seguir moviéndose hacia delante, con más de 4 de cada 10 planeando inversiones en equipos o tecnología para aumentar la atención al cliente y productividad del proceso. Estas inversiones se anticipan principalmente en el espacio de pedidos y pagos, en lugar de sistemas



*“Nuestro pan siempre está recién horneado. Ese es nuestro secreto. Nuestros bolillos frescos tardan menos de dos horas en salir del horno.”*

automatizados o robots que preparan y sirven alimentos.

Se espera que las ubicaciones que sirven sólo fuera de la instalación crezcan en popularidad; más de 4 de cada 10 operadores de servicio limitado creen que serán más comunes este año. El 69% de los adultos dicen que les gusta la opción de cenar al aire libre.

## OPORTUNIDADES OCULTAS

La primavera y el verano están llenos de oportunidades ocultas para las ventas y ganancias que no siempre se pueden ver en el calendario. Debe estar listo y ser creativo con productos horneados refrescantes y de alta calidad durante

toda la temporada, según BakeMark.

Esta temporada es el momento de eventos y reuniones sociales, así como de innumerables graduaciones. ¡Cada día tiene el potencial de ser un gran día!

Con los rellenos tropicales Trigo Dorado, nunca estará muy lejos del sueño de la fresca brisa tropical. Considere un delicioso relleno de mango, relleno de piña y relleno de guayaba.

Cree pasteles y barras rellenas, así como deliciosos daneses y tartas. Incluso se pueden crear pasteles y pays con frutas del trópico. Para los profesionales de la panadería, la primavera y el verano son los momentos perfectos para ofrecer estas delicias a sus clientes. **P**





# COLORES DE PRIMAVERA

Los colores brillantes y relucientes están de moda en el cambiante mundo de la decoración de pasteles. Entre a cualquier panadería en el sur de California, por ejemplo, y la evidencia es clara. Los verdes profundos, rojos vivos y amarillos intensos son populares en todas partes, lo que genera ventas dinámicas para las próximas celebraciones de primavera y eventos festivos familiares.

En San Antonio Bakery en Compton, California, las últimas creaciones de pasteles cuentan con diseños originales de la chef

*“Ofrecemos una variedad de pasteles modernos porque eso es lo que quieren nuestros clientes”*

de pasteles de la tienda, Alondra Román, quien crea intrincados patrones circulares en los pasteles redondos o pasteles de un cuarto de hoja cubiertos con una gran cantidad de rebanadas de fruta fresca (fresas, kiwi, naranja y piña).

Acacia Bakery en San Pedro, California, agregó pasteles coloridos después de que el

actual propietario, Alfredo Bran, comprara el negocio en 2007 y lo expandiera, duplicando su tamaño.

“Ofrecemos una variedad de pasteles modernos porque eso es lo que quieren nuestros clientes,” dice Bran.

Muchos de los pasteles en Acacia Bakery tienen fruta fresca encima. Rodajas de





naranja, arándanos y fresas adornan la parte superior de los pasteles de un cuarto de hoja, así como trozos de chocolate con frutas frescas en otros.

Además de introducir nuevos sabores de pasteles redondos de 8 y 10 pulgadas, Brizuela's Bakery en Anaheim, California, está ocupado haciendo pasteles más pequeños que antes.

“Normalmente tendríamos cuartos de hoja,” explica el propietario José Ávalos. “Luego, con COVID, la gente quería pasteles más pequeños. Mucha gente todavía quiere pasteles más pequeños, y los redondos de 8 pulgadas ahora son el tamaño más popular.” **P**



## PLANIFIQUE CON ANTICIPACIÓN PARA LAS GANANCIAS

Como propietario o gerente de una panadería, el comienzo de un nuevo año es un buen momento para evaluar las posiciones fuertes y débiles de su negocio, establecer metas y establecer un plan para el próximo año. Aquí hay cinco pasos de BakeMark para ayudarlo a comenzar con la planificación de su panadería:

### PASO 1: REVISE SU RENDIMIENTO DEL AÑO PASADO

Tómese tiempo para revisar el desempeño financiero de su panadería durante el último año. Repase sus ventas, ganancias y gastos para ver qué áreas están funcionando bien y cuáles pueden necesitar mejoras. Considere factores como su combinación de productos, precios, esfuerzos de marketing y costos operativos. Esto le dará una buena idea de dónde enfocar sus esfuerzos en el nuevo año.

### PASO 2: ESTABLEZCA METAS Y OBJETIVOS

Con base en su revisión del año pasado, identifique metas y objetivos específicos para su panadería en el nuevo año. Estos pueden incluir aumentar las ventas, mejorar la rentabilidad, expandir su línea de productos o aumentar la satisfacción del cliente. Asegúrese de que sus objetivos sean específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con límites de tiempo (concepto conocido como SMART, por sus siglas en inglés). Esto le ayudará a mantenerse enfocado y realizar un seguimiento de su progreso durante todo el año.

### PASO 3: DESARROLLE UN PLAN DE MARKETING

Un plan de marketing efectivo puede ayudarlo a atraer nuevos clientes y hacer que los existentes regresen. Considere los diferentes canales y tácticas que puede usar para llegar a su público objetivo, como las redes sociales y las promociones en la tienda. Asegúrese de presupuestar sus esfuerzos de marketing y asigne sus recursos sabiamente.

### PASO 4: CREE UN PRESUPUESTO Y UN PLAN FINANCIERO

Un presupuesto es una herramienta crucial para cualquier negocio y es especialmente importante para una panadería. Un presupuesto le ayudará a asignar sus recursos de manera efectiva y mantener su negocio en buen camino financiero. Considere factores tales como sus ventas proyectadas, costos de bienes, gastos operativos y presupuesto de marketing. Asegúrese de tener un plan establecido sobre cómo manejará cualquier gasto inesperado o desafío que pueda surgir.

### PASO 5: EVALÚE Y AJUSTE SU PLAN REGULARMENTE

A medida que trabaje durante el año, asegúrese de evaluar regularmente su progreso y hacer los ajustes necesarios. Esto podría implicar revisar sus objetivos, ajustar su presupuesto o cambiar sus esfuerzos de marketing. Al mantenerse flexible y dispuesto al cambio, podrá adaptarse mejor a los nuevos desafíos y oportunidades a medida que surjan.





# DESAYUNO REINVENTADO







Si los últimos dos años de la pandemia han enseñado algo a las panaderías minoristas, es que los consumidores continúan buscando las comodidades de los alimentos que ya conocen y aman. Sin embargo, además de los productos favoritos tradicionales, anhelan productos de panadería distintivos con un toque especial. Y esta tendencia es particularmente notable en el sector de la panadería para el desayuno.

Los tamales deliciosos, recién hechos todos los días, son los favoritos de los

fans de Brizuela's Bakery en Anaheim, California, junto con bebidas calientes para el desayuno que incluyen champurrado y avena con leche.

Los churros son un artículo cada vez más popular para la merienda y el desayuno y San Antonio Bakery, en Compton, California, hace un postre de desayuno ingenioso que es popular para las fiestas y ocasiones de merienda matutina.

El cheesecake de churro está hecho por la talentosa pastelera de San Antonio

Bakery, Alondra Román. Ella comienza con una capa de churro que cubre la parte superior del rico pastel de queso para darle un sabor delicioso.

“La gente lo pide todo el tiempo,” explica el dueño de la panadería, Víctor Martínez.

En Porto's Bakery, una de las panaderías minoristas más grandes del país con seis ubicaciones en el sur de California, un desayuno muy popular es el pan tostado francés al estilo cubano conocido como torrejas.

La popular panadería hace torrejas comenzando con la masa de croissant





característica de Porto's cubierta con dulce de guayaba y acompañada con queso crema batido y ensalada de frutas tropicales.

“Todo se trata del sabor,” explica Adrián Porto, quien administra la ubicación más nueva de Porto en Northridge, California, y es hijo del copropietario Raúl Porto.

La madre de Raúl, Rosa Porto, inició el negocio familiar de panadería en 1976. Rosa Porto falleció en 2019, pero sus tres hijos y nietos trabajan junto a un equipo talentoso y dedicado para continuar con la tradición de Porto's y el legado de Rosa.

Porto's ha crecido gradualmente hasta convertirse en seis ubicaciones actuales en Glendale, Burbank, Downey, Buena Park, West Covina y Northridge, con una séptima ubicación en camino en Downtown Disney® District.

Los pasteles y productos cubanos de Rosa ahora están acompañados por los exclusivos Cheese Rolls®, Refugiados® (strudel de guayaba y queso) y el famoso Potato Ball® de la panadería, entre muchos otros gustos dulces internacionales y productos salados.

Porto's ocupó el puesto número uno en “Los 100 mejores lugares para comer en los EE.UU.” de Yelp. En 2021, Porto's Bakery fue votada como la mejor panadería del Southland, según Los Angeles Times.

Y así como Porto's Bakery comenzó en la casa de Rosa en Cuba, con Porto's Bake at Home, la compañía ahora envía los pasteles y productos más populares de todo el país directamente a los consumidores en todo el país.

Las recetas y los altos estándares de Rosa continúan siendo realizados por su familia,







lo que refleja la misión de la familia de hornear recuerdos para las generaciones futuras.

### OPORTUNIDADES EMERGENTES

Con el auge del trabajo remoto que enmienda los horarios de comida

tradicionales, los operadores se están enfocando en nuevas oportunidades para atraer a los clientes a todas horas con ofertas atractivas, que incluyen ofertas de valor para ocasiones de alimento fuera del horario regular o para días lentos, precios flexibles, paquetes de comidas

### NUEVAS PRIORIDADES

La industria de servicio de alimentos terminó el año pasado en un entorno que es el más típico desde 2019, dijo Riehle. Los costos de los alimentos y de mano de obra son los dos rubros más importantes para un restaurante, cada uno representa aproximadamente 33 centavos de cada dólar en ventas. Otros gastos, como servicios públicos, ocupación, suministros, generales/administrativos y reparaciones/mantenimiento, se combinan para representar alrededor del 29 % de las ventas. Una gran mayoría de operadores dice que los costos de alimentos, mano de obra y energía/servicios públicos son actualmente desafíos importantes para sus restaurantes.

Los operadores continúan teniendo que tomar decisiones difíciles para administrar su rentabilidad, desde reducir horas hasta posponer expansiones e incluso eliminar la entrega por terceros. Las acciones tomadas incluyen:

- 87% de los restaurantes aumentaron los precios del menú
- 59% cambiaron las opciones de los alimentos y las bebidas en el menú
- 48 % redujeron las horas de operación
- 32% cerraron en días que normalmente abrían
- 38% de los operadores dicen que pospusieron los planes de expansión
- 13% de los operadores dicen que eliminaron la entrega por terceros
- 19% pospusieron planes para nuevas contrataciones

En los últimos 23 meses, los restaurantes agregaron casi 2.2 millones de puestos de trabajo. Eso es 400,000 empleos más

que la siguiente industria más cercana (servicios profesionales y comerciales) agregó en el mismo período, pero la industria todavía está 462,000 por debajo de su nivel de empleo en febrero de 2020.

Según la encuesta, la mayoría de los operadores de servicio completo (63%) y los operadores de servicio limitado (61%) dicen que sus restaurantes no tienen suficientes empleados para satisfacer la demanda de los clientes.

Los operadores están buscando activamente aumentar los niveles de personal, y el 87% afirma que probablemente contratarán empleados adicionales durante los próximos 6 a 12 meses si hay candidatos calificados disponibles. Pero el 79% de los operadores dice que sus restaurantes actualmente tienen ofertas de trabajo que tienen dificultades para llenar.

Al mismo tiempo, los operadores de restaurantes seguirán equilibrando las necesidades de personal con las condiciones comerciales. El 57% de los operadores dice que es probable que despidan empleados durante los próximos 6 a 12 meses si las condiciones comerciales se deterioran y la economía estadounidense entra en recesión.

“La industria de restaurantes y servicio de alimentos está impulsando la economía estadounidense. Nuestra tasa de contratación y los aumentos salariales están superando al sector privado en general, y este año nuestra industria contribuirá con casi \$1 billón a la economía,” dijo Michelle Korsmo, presidenta y directora ejecutiva de la Asociación Nacional de Restaurantes.





con varios platillos, paquetes de comidas y suscripciones, ropa y más. Mientras tanto, muchos operadores planean agregar a sus menús opciones de comidas más saludables y nutritivas, artículos

ecológicos y platos adaptados para llevar en 2023.

Los clientes están ansiosos por volver a los restaurantes y reclamar un sentido de comunidad en 2023, según el pronóstico culinario anual What's Hot Culinary Forecast de la Asociación Nacional de Restaurantes, que ofrece una visión detallada de los temas, tendencias y productos que se espera que impulsen los menús de los restaurantes en el próximo año en una variedad de categorías.

A pesar de la popularidad de las comidas y refrigerios de restaurantes fuera de las instalaciones durante la pandemia, la demanda es alta (70%) por las experiencias en restaurantes que incluyen socialización, celebración y exploración culinaria.

Hudson Riehle, vicepresidente sénior de investigación de la Asociación Nacional de Restaurantes, señala que la inflación está cambiando los hábitos de gasto de los consumidores y, si bien existe un

mayor apetito por las experiencias y la conexión en los restaurantes, los comensales se concentran en encontrar valor. "El desafío es cómo fusionar los deseos de los consumidores por lo nuevo y moderno con sus expectativas dado el precio del producto."

Las principales tendencias para 2023 incluyen experiencias/cultura local y comunidad; alimentos de comodidad; sándwiches de pan plano/wraps más saludables; simplificación del menú; y alimentos de cero residuos/sostenibilidad/alimentos reciclados.

Los consumidores se sentirán atraídos por los sabores globales de moda, como la cocina caribeña, así como por las comidas reconfortantes con un toque diferente y las tablas de charcutería.

Todo esto demuestra el tipo de experiencia gastronómica compartida y satisfactoria que se espera que más personas buscarán en 2023. **P**

**AJUSTE MAS O MENOS**  
PARA UNA TORTILLA PERFECTA... EN CADA OCASIÓN

**SUPREMO**  
TORTILLA SOLUTIONS

Diseñado para que usted pueda producir diferentes variedades de tortillas.

El Sistema para Tortillas SUPREMO™ son una serie de módulos de desempeño de leudado, acondicionamiento, conservación, y extensibilidad que se ajustan a más ó menos para obtener el grosor, la suavidad, la elasticidad, y la caducidad que harán que sus clientes queden satisfechos... Siempre.

**AB | MAURI**  
Passionate About Baking™

abma.com 1.800.772.3971  





# Automaticas su Panaderia



## Vemag Porcionadora de Masa

- Produce toda su variedad de panes
- Maneja la masa con suavidad
- Porciona con precisión
- Incrementa su producción para que expanda su negocio



[www.reiser.com](http://www.reiser.com)

Reiser • Canton, MA • (781) 821-1290

Reiser Canada • Burlington, ON • (905) 631-6611

Reiser UK • Milton Keynes, Bucks • (01908) 585300

2023







# ACACIA BAKERY

235 S. PACIFIC AVE.  
SAN PEDRO, CALIFORNIA  
ALFREDO BRAN, PROPIETARIO







Cuando Alfredo Bran compró Acacia Bakery, que se encuentra cerca de la costa en el suburbio de San Pedro, California, en Los Ángeles, hace más de 15 años, heredó un negocio dentro de una instalación de 900 pies cuadrados que estaba listo para crecer.

“Hemos más que duplicado nuestro tamaño desde entonces. Ahora tenemos dos áreas en la panadería,” explica Bran, quien







ha agregado equipos valiosos, como hornos convencionales y una máquina de tortillas.

En cuanto a los tipos de productos que elaboran, Bran, quien es originario de Guatemala, señala que es la herencia de sus clientes lo que más importa cuando se trata de la línea de productos disponibles.

“La gran mayoría de mis clientes son mexicanos y sirvo el pan tradicional mexicano. Ofrecemos de todo: tamales, pasteles, panes. Eso es lo que quieren los clientes.”

También entiende lo importante que es la consistencia para sus clientes. Por eso confía en la calidad que ofrece BakeMark.

Gradualmente, está presenciando un grupo cada vez más diverso de clientes, incluyendo más de Guatemala y otros países del sur de la frontera.

Han comenzado a hacer galletas guatemaltecas, que tienen semillas de sésamo encima para un crujido extra, así como la quesadilla guatemalteca.

Muchos conocen el origen y el sabor de la quesadilla salvadoreña, pero Bran explica que la versión para la gente de Guatemala ofrece un sabor diferente. La versión conocida en Guatemala está hecha de harina de arroz, leche y queso. También






se prepara en forma redonda, que parece un pequeño pastel circular.

Maravillosos sabores son abundantes en toda la panadería. Las empanadas son rellenas con más de una docena de sabores diferentes, como manzana o piña, y los pasteles tradicionales a menudo se cubren con fruta fresca.

Uno de los productos más originales es una concha cortada por la mitad como una hogaza de pan y rellena con abundante natilla batida y rodajas de fresas frescas. La presentación de este producto es espectacular.

También son populares entre muchos clientes, especialmente los más jóvenes, los sabrosos de macarrón (una delicia francesa) y las fresas cubiertas de chocolate.

La panadería también prepara deliciosas tasas de postre, que se rellenan con pastel, dulce de fresa y crema batida, y se cubren con fresas y arándanos frescos.

Es obvio que Acacia Bakery atiende a todo tipo de clientes, jóvenes y mayores. 



**■ DOSIFICADOR DE RELLENOS**

**MODELOS:**

**Dosificador de Rellenos con Pedestal**

**Dosificador de Rellenos de Mesa**

**Uso Planeado\***

\* fuera de estas especificaciones es indispensable consultar a I+D, mediante la Planilla de Pedidos del equipo, las características de la masa y el producto a fabricar.

El Dosificador de Rellenos es una máquina diseñada para trabajar con rellenos dulces o salados que posean sólidos en suspensión (cubos de jamón, queso, carne, etc. de 10mm x 10mm), como cremas con chips de chocolate, frutas en cubos, nueces, pasas de uva, etc.

**Capacidad productiva** 60 dosificaciones por minuto.

**Rango por dosificación\*** puede aumentar el número de depósitos. 20 - 130 g aproximadamente. Este rango se ve afectado por el tipo de producto que se desee dosificar.

**Horas de trabajo recomendadas** Doble turno de trabajo. Cuidando siempre el mantenimiento y limpieza sugerido.

**Accionamiento del dosificador** Dosificador fijo: Accionamiento por Pedalera  
Dosificador flexible: Accionamiento desde manillar

**Capacidad de la tolva** 28 Kg

**Presión de trabajo** 6 a 8 BAR / 87 a 116 PSI

**■ NUEVO HORNO ROTATIVO**

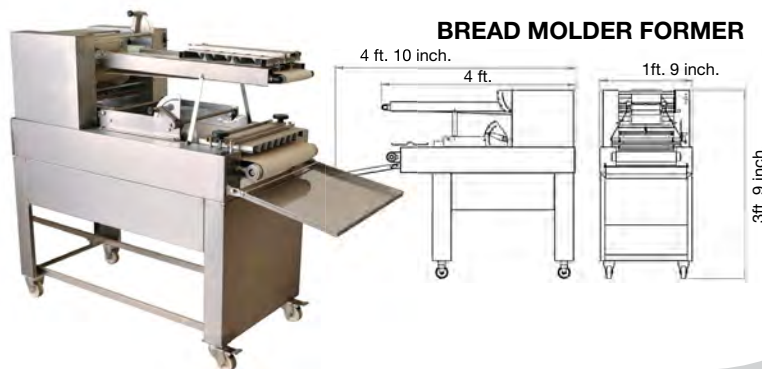
Con panel digital programable. 99 programas/recetas.

Con y sin vapor, para bolillos, teleras, panes dulces, pasteles, etc.



**■ EQUIPO BOLILLERO COMPACTO**

**BREAD MOLDER FORMER**



**Argencal Inc.**

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 financiación.







# BRIZUELA'S BAKERY

1721 W. KATELA AVE.  
ANAHEIM, CALIFORNIA  
JOSE AVALOS, PROPIETARIO







Uno de los momentos de mayor orgullo para Brizuela's Bakery, que se encuentra en Anaheim, California, un suburbio de Los Ángeles, es que el presidente de los EE.UU. disfrute de una caja de panes y pasteles frescos de la panadería.

“Hemos sido notificados por personas que llevaron nuestro producto a la Casa Blanca,” señala Abraham Ávalos, cuyo padre, José, dirige la panadería familiar de 30 años. “Nuestros productos de panadería también se han enviado a Japón. Tenemos

clientes que vienen de muy lejos sólo para comprar y disfrutar de nuestros productos.”

Desde 2005, la panadería ha operado desde su ubicación actual y continúa siendo abastecida por BakeMark.

“El negocio con BakeMark es muy bueno. Brindan un gran apoyo y nos traen muestras para probar, lo cual es valioso para nosotros,” dice José Ávalos. “Ofrecemos sabores hispanos tradicionales. El sabor de nuestros productos es algo diferente al de otras panaderías porque nuestra calidad es muy buena.”







Haber operado durante varias décadas le ha permitido a Brizuela crear un gran número de seguidores.

“Tenemos seguidores leales,” dice Abraham. “Nos dicen que nuestra calidad es maravillosa.”

Los fans se entusiasman con los tamales rellenos de pollo o cerdo, así como con los niños envueltos, el queso con rajitas, las empanadas rellenas con varios sabores de frutas y las mantecadas recién salidas del



*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>





horno. A muchos también les encantan los croissants recién hechos, que son fáciles de preparar y los proporciona BakeMark.

La panadería comenzó en 1993 y después se mudó a una nueva ubicación para agregar espacio. El negocio está a cargo de José, su esposa Luz y el tío de Abraham, Carlos Ávalos.

Atraen una gran cantidad de negocio diario gracias a su calidad constante y su conveniente ubicación. Los días festivos como el Día de la Madre son importantes para la temporada de primavera.

“Cada día de fiesta es importante para nosotros,” dice José. **P**



# 100 AÑOS

de CALIDAD y CONSISTENCIA



Descubra la  
Diferencia de North Dakota

Llame al 1-800-538-7721  
[www.ndmill.com](http://www.ndmill.com)

CERTIFICADO POR EL FSSC 22000

NORTH  
**Dakota**  
Be Legendary.™





# SAN ANTONIO BAKERY

**344 W. ROSECRANS AVE.**

**COMPTON, CALIFORNIA**

**VICTOR & LETICIA MARTINEZ, PROPIETARIOS**





La humildad es una virtud en el mundo de la panadería. Víctor Martínez, un humilde panadero que dirige San Antonio Bakery en el suburbio de Compton, California, en Los Ángeles, tiene una sonrisa en su rostro todos los días dentro de la panadería. Sonríe porque está feliz de estar haciendo algo de lo que se siente orgulloso y de trabajar junto a su esposa, Leticia, y su hija, Kate.

La panadería en sí tiene 65 años, lo que la convierte en una de las pequeñas empresas familiares más antiguas de Compton. El lugar original fue fundado por Pedro Pallán.

En 1995, Salvador Martínez se hizo cargo de la panadería, proporcionándole a su familia un lugar para administrar un negocio local con orgullo.







Ahora, comenzando su jornada laboral a las 4 de la mañana, Víctor Martínez comienza su día mezclando masa y preparándose para recibir los clientes. La tienda abre a las 6 a.m., hay clientes locales que ya están esperando en la fila en la puerta.

“Cuando nuestra panadería hace la primera tanda de pan, se despiertan con ese olor maravilloso,” explica Víctor. “Están inclinados a venir aquí y comenzar el día con pan.”

Una de las ventajas del negocio y de sus leales seguidores es su proveedor de panadería, BakeMark.

“BakeMark hace que todo sea mucho más fácil para nosotros,” dice. “Sus rellenos son de la mejor calidad con la que he trabajado y BakeMark vende todo lo que necesitamos.”



Por ejemplo, la panadería compra croissants listos para hornear de BakeMark y el producto se vende muy bien.

Muchos de los clientes son originarios del estado mexicano de Michoacán ya la familia Martínez le encanta hablar con ellos e intercambiar historias. Esa es una gran razón por la que la relación entre la empresa y sus clientes es tan congenia.

La pastelera de San Antonio Bakery, Alondra Román, también es conocida por sus productos de alta calidad y está constantemente probando nuevos productos que atraerán a los clientes.

“Hacemos pedidos personalizados para eventos,” explica Kate Martínez. “Ahora estamos haciendo muchos más diseños exclusivos para las quinceañeras y bodas.” **P**



¿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).



## BOLSA DE MANZANA

**MEZCLAR:** Mezclar 5 libras de harina de pastelería sin blanquear (a 60°F) y 4 onzas de leche en polvo por 2 minutos a velocidad baja.

Gradualmente añadir 3 ½ libras de BakeSense All Purpose Palm Shortening (de 55°F a 60°F) cortado en pedazos pequeños hasta que la mezcla forma migas del tamaño de pequeños chícharos.

Disolver 3 onzas de sal en 12 onzas de agua helada (asegúrese de que el agua no contiene trocitos de hielo). Use su balanza para pesar todos los ingredientes, incluyendo los líquidos.

Lentamente añada el agua salada a la mezcla. Mezclar sólo hasta que se absorba el agua. No mezclar demasiado. La masa no debe ser una pasta. Colocar la masa sobre una bandeja y meter al enfriador durante al menos 6 horas, o en

el congelador si se almacena más tiempo.

**PREPARAR:** Retirar la masa del enfriador y dejar reposar hasta que alcance la temperatura ambiente.

Dividir 6 a 8 onzas de masa y extender de 3" a 4" más ancho de lo que se necesitaría normalmente para cubrir un molde de 8" (la masa debe ser alrededor de ¼» de gruesa).

Colocar la masa encima del molde para pay. Añadir Westco Gold Seal Sliced Apple Filling al molde con la masa. Después de rellenar, doble la masa excesiva encima de la parte superior del pay.

Dar un lavado de huevo.

**HORNEAR:** Hornee pasteles a 375-400 ° F según el tipo de horno durante aprox. 35-40 minutos o hasta que las empanadas adquieran un intenso color marrón dorado.



### BAKEMARK PRODUCTOS A UTILIZAR

17220 BakeSense Palm All Purpose Shortening  
34172 Westco Gold Seal Sliced Apple Filling

### TAMBIÉN PUEDE UTILIZAR

17217 BakeSense IE All Purpose Shortening  
51202 Westco Apple Pie Filling

## CORTADILLOS

**MEZCLAR:** Mezclar Westco Ultra Rich Crème Cake Mix según las instrucciones en la bolsa para producir una hornada chica.

**PREPARAR:** Engrasar un extensor de bandeja y colocarlo en una bandeja para hornear forrada con papel.

Pesar 9 libras de masa mezclada y distribuir uniformemente en la bandeja.

**HORNEAR:** Hornear de 330°F a 365°F por 40 a 45 minutos, dependiendo de su tipo de horno o hasta que la temperatura interna alcance 205°F.

Dejar que el pastel se enfríe. Retirar el extensor. Colocar en el congelador toda la noche.

**TERMINAR:** Sacar el pastel del congelador y dejar que se descongele completamente (hasta que el centro ya no esté congelado).

Usar tintas líquidas de gel para alimentos de color rojo o rosado para teñir Westco Vanilla Dipping Icing al tono rosado deseado. Cubrir la parte superior del pastel con una capa uniforme de Westco Vanilla Dipping Icing calentada de 105°F a 110°F.

Adornar con Trigel Dorado Rainbow Non Pareils antes de que la capa se endurezca. Recortar los bordos del pastel para que se vean emparejados y cortar en piezas de 4"x4" or 4"x2"

### BAKEMARK PRODUCTOS A UTILIZAR

11644 Westco Ultra Rich Creme Cake Mix  
19529 Westco Vanilla Dipping Icing  
41293 Trigel Dorado Rainbow Non Pareils

### ALTERNATE PRODUCTS USED

38260 Westco Vanilla Creme 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

Elaborar productos con los ingredientes mejores es la clave para administrar una panadería exitosa, y cuando se trata de calidad en la que puedes confiar todos los días – confía en la calidad de la levadura concentrada congelada BakeSense Sup-R-Rise para todos los productos que requieran levadura fresca o seca. Sup-R-Rise ofrece el mismo excelente rendimiento que la levadura fresca, pero con una vida útil de 2 años en el congelador. Sup-R-Rise te ahorra dinero en eliminar el desperdicio de levadura fresca, y se puede utilizar para conchas, bolillos, croissants, pan fino, masa de pizza, pan danés, pan artesanal, donas, panecillos y bollos.



## 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)



# PACKAGING & *Convenience*

The temporary “pivots” developed during the pandemic — expanded delivery services, outdoor dining options, and investments in technology — are the foundation of the bakery and foodservice industry’s “new normal.”

According to the National Restaurant Association, at least 4 in 10 operators in each of the three limited-service segments — quickservice, fast casual, and coffee and snack — believe the addition of drive-thru lanes will become more common in 2023.

Packaging plays a central role in this trend, as evidenced by ongoing projects at Southern California’s diverse group of panaderías.

At Acacia Bakery in San Pedro, California, owner Alfredo Bran explains that they implement a successful strategy before they open the doors every morning at 5 a.m. That’s when the crowds of construction workers and other locals heading to work come in for their morning breads and pastries.

Many of the breads are packaged for easy and convenient carry. There’s a center tray filled with packaged conchas, tortillas and assorted fresh breads.

“We try to dispatch people in less than a minute or two,” Bran says, discussing the bakery’s strategy for keeping customers pleased with their service. “Our bread is always freshly baked. That’s our secret. Our fresh bolillos are always less than two hours out of the oven.”



## INNOVATION ON THE RISE

Advanced technology and innovative equipment are changing the face of the retail bakery industry. According to the 2022 State of the Retail Baking Industry Report conducted by Cypress Research for Sosland Publishing, 18% of retail bakeries are addressing the industry skills shortage by increasing automation.

For many, the push for improved technology is leading to a greater reliance on online ordering and website marketing.

Many retailers including fresh bakeries are using technology and packaging innovations to improve their customer service.

A National Restaurant Association report reveals that in 2022, many operators want to keep moving toward the edge, with more than 4 in 10 planning investments in equipment or technology to increase front- and back-of-the-house productivity. These investments are anticipated mostly in the order and payment space, rather than automated systems or robots that prepare and serve food.



*“Our bread is always freshly baked. That’s our secret. Our fresh bolillos are always less than two hours out of the oven.”*

Off-premises-only locations are expected to grow in popularity; more than 4 in 10 limited-service operators think they will be more common this year. 69% of adults say they like the option to dine outside.

## HIDDEN OPPORTUNITIES

Spring and summer are full of hidden opportunities for sales and profits that you can’t always see on the calendar. You need to be ready and creative with high quality, refreshing baked goods throughout the season, according to BakeMark. This season is the time for

social events and gatherings – as well as countless graduations. Every day has the potential to be a big day!

With Trigal Dorado tropical fillings, you’re never very far away from the daydream of cool tropical breezes. Think of delicious mango filling, pineapple filling, and guava filling.

Create filled pastries and bars, as well as scrumptious Danishes and tarts. Even pies and cakes can be created with fruits of the tropics. For bakery professionals, spring and summer are the perfect times to roll out these taste treats for your customers. **P**





# SPRING COLORS

**B**right, sparkling colors are the all the rage within the ever-changing world of cake decorating. Walk into any panadería in Southern California, for example, and the evidence is clear. Deep greens, sharp reds, and rich yellows are popular everywhere, leading to soaring sales for upcoming spring celebrations and family holiday events.

At San Antonio Bakery in Compton, California, the latest cake creations feature original designs from the shop's pastry chef Alondra Roman, who creates intricate circular piping patterns on top

of round cakes or quarter-sheet cakes topped with an abundance of fresh fruit slices (strawberries, kiwifruit, oranges and pineapple).

Acacia Bakery in San Pedro, California, added colorful cakes after current owner Alfredo Bran bought the business in 2007 and expanded it, doubling in size.

"We offer a variety of modern cakes because that's what our customers want," Bran says.

Many of the cakes at Acacia Bakery feature fresh fruit on top. Orange slices, blueberries, and strawberries adorn the tops



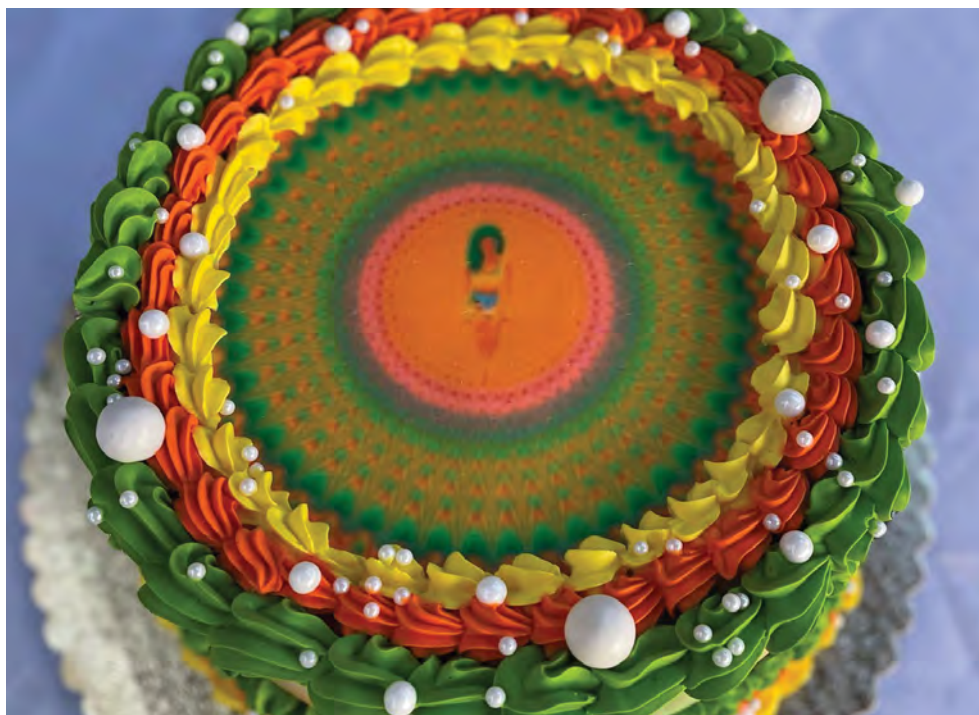


*“We offer a variety of modern cakes because that’s what our customers want”*

of quarter-sheet cakes, as well as chocolate pieces with fresh fruit on others.

In addition to introducing new flavors on 8- and 10-inch round cakes, Brizuela’s Bakery in Anaheim, California, is busy making smaller cakes than before.

“Normally we would have quarter sheets,” explains owner Jose Avalos. “Then with COVID, people wanted smaller cakes. A lot of people still want smaller cakes, and 8-inch rounds are now our most popular size.” **P**



## PLAN AHEAD FOR PROFITS

As a bakery owner or manager, the start of a new year is a great time to assess your business’s strengths and weaknesses, set goals, and make a plan for the year ahead. Here are five steps from BakeMark to help you get started with your bakery planning:

### STEP 1: REVIEW YOUR PAST YEAR’S PERFORMANCE

Take some time to review your bakery’s financial performance over the past year. Look at your sales, profits, and expenses to see what areas are working well and which ones may need improvement. Consider factors such as your product mix, pricing, marketing efforts, and operating costs. This will give you a good idea of where to focus your efforts in the new year.

### STEP 2: SET GOALS AND OBJECTIVES

Based on your review of the past year, identify specific goals and objectives for your bakery in the new year. These might include increasing sales, improving profitability, expanding your product line, or increasing customer satisfaction. Make sure your goals are specific, measurable, achievable, relevant, and time-bound (SMART). This will help you stay focused and track your progress throughout the year.

### STEP 3: DEVELOP A MARKETING PLAN

An effective marketing plan can help you attract new customers and keep your existing ones coming back. Consider the different channels and tactics you can use to reach your target audience, such as social media and in-store promotions. Be sure to budget for your marketing efforts and allocate your resources wisely.

### STEP 4: CREATE A BUDGET AND FINANCIAL PLAN

A budget is a crucial tool for any business, and it’s especially important for a bakery. A budget will help you allocate your resources effectively and keep your business on track financially. Consider factors such as your projected sales, costs of goods, operating expenses, and marketing budget. Make sure you have a plan in place for how you’ll handle any unexpected expenses or challenges that may arise.

### STEP 5: EVALUATE AND ADJUST YOUR PLAN REGULARLY

As you work through the year, be sure to regularly evaluate your progress and make adjustments as needed. This might involve revising your goals, adjusting your budget, or changing your marketing efforts. By staying flexible and open to change, you’ll be better able to adapt to new challenges and opportunities as they arise.





# BREAKFAST REIMAGINED







Of the past two years of the pandemic have taught retail bakeries anything, it is that consumers continue to seek out the comforts of foods they know and love. Yet in addition to traditional favorites, they crave bakery specials with a twist. And this trend is particularly noticeable in the breakfast bakery sector.

Great tamales – made fresh daily – are a fan favorite at Brizuela’s Bakery in Anaheim, California, along with hot drinks for breakfast including champurrado (Mexican hot chocolate made with corn flour) and avena con leche (made with oatmeal, milk, brown sugar and cinnamon).

Churros are an increasingly popular item for snacking and breakfast, and San Antonio Bakery in Compton, California, makes an inventive breakfast that is popular for parties and morning snacking occasions.

Churro cheesecake is made by San Antonio Bakery’s talented pastry chef Alondra Roman. She starts with a churro coating that covers the top of the rich cheesecake for a delicious flavor.

“People ask for it all the time,” explains the bakery’s owner Victor Martinez.

At Porto’s Bakery, one of the nation’s largest retail bakeries with six locations



in Southern California, a greatly popular breakfast item is Cuban-style French toast known as torrejas.

The popular bakery makes torrejas starting with Porto’s signature croissant dough topped with guava sauce and accompanied by whipped cream cheese and tropical fruit salad.

“It’s all about the flavor,” explains Adrian Porto, who manages Porto’s newest location in Northridge, California, and is the son of co-owner Raul Porto.

Raul’s mother Rosa Porto started the family bakery business in 1976. Rosa Porto passed away in 2019, but her three children and grandchildren work alongside a talented and dedicated team to carry on Porto’s tradition and Rosa’s legacy.

Porto’s has gradually grown into six current locations in Glendale, Burbank,

Downey, Buena Park, West Covina, and Northridge, with a seventh location in the Downtown Disney® District on the way.

Rosa’s Cuban cakes and pastries are now accompanied by Porto’s signature Cheese Rolls®, Refugiados® (guava and cheese strudels), and the bakery’s famous Potato Ball®, among many other international sweets and savory items.

Porto’s took the number one spot on “Yelp’s Top 100 Places to Eat in the US.” In 2021 Porto’s Bakery was voted Best Bakery in the Southland, according to the Los Angeles Times.

And just as Porto’s Bakery started in Rosa’s home back in Cuba, with Porto’s Bake at Home, the company now ships most popular pastries and cakes nationwide directly to consumers nationwide. Rosa’s recipes and high standards continue to





be carried on by her family, reflecting the family’s mission of baking memories for generations to come.

### EMERGING OPPORTUNITIES

With the rise of remote work blurring traditional mealtimes, operators are focusing on new opportunities to entice customers at

all hours with engaging offerings, including off-hours or slow-day value deals, flexible pricing, multi-course meal bundles, meal kits and subscriptions, apparel, and more. Meanwhile, many operators plan to add to their menus more healthier and nutritious meal options, eco-friendly items, and dishes tailored to takeout in 2023.

Customers are eager to return to restaurants and reclaim a sense of community in 2023, according to the National Restaurant Association’s annual What’s Hot Culinary Forecast, which offers a detailed look at the topics, trends and products expected to drive restaurant menus in the coming year across a variety of categories.







Despite the popularity of off-premises restaurant meals and snacks during the pandemic, demand is high (70%) for in-restaurant experiences including socialization, celebration, and culinary exploration.

Hudson Riehle, senior vice president of research for the National Restaurant Association, points out that inflation is shifting consumer spending habits, and while there is a heightened appetite for restaurant experiences and connection, diners are laser focused on finding value. “The challenge is how to fuse consumer

desires for the new and trendy with their expectations for price paid.”

The top trends for 2023 include experiences/local culture and community; comfort fare; flatbread sandwiches/healthier wraps; menu streamlining; and zero waste/sustainability/upcycled foods.

Consumers will be drawn to trending global flavors like Caribbean cuisines, as well as comfort foods with a twist and charcuterie boards. All of these demonstrate the type of satisfying, shared dining experience that more guests are expected to seek out in 2023. **P**

## NEW PRIORITIES

The foodservice industry ended last year in an environment that’s the most typical since 2019, Riehle said. Food and labor costs are the two most significant line items for a restaurant, each accounting for approximately 33 cents of every dollar in sales. Other expenses — such as utilities, occupancy, supplies, general/administrative and repairs/maintenance — combine to represent about 29% of sales. A strong majority of operators say food, labor and energy/utility costs are currently significant challenges for their restaurant.

Operators continue to have to make difficult choices to manage their profitability — everything from reducing hours to postponing expansions and even eliminating third-party delivery. Actions taken include:

- 87% of restaurants increased menu prices
- 59% changed the food and beverage items offered on the menu
- 48% reduced hours of operation on days open
- 32% closed on days that normally open
- 38% of operators say they postponed plans for expansion
- 13% of operators say they eliminated third-party delivery
- 19% postponed plans for new hiring

In the last 23 months, restaurants added nearly 2.2 million jobs. That’s 400,000 more jobs than the next closest industry — professional and business services — added in the same period, but the industry is still 462,000 below its employment level in February 2020.

According to the survey, a majority of both fullservice operators (63%) and limited-service operators (61%) say their restaurant does not have enough employees to meet customer demand.

Operators are actively looking to boost staffing levels, with 87% saying they will likely hire additional employees during the next 6-12 months if there are qualified applicants available. But 79% of operators say their restaurant currently has job openings they are having difficulty filling.

At the same time, restaurant operators will continue to balance staffing needs with business conditions. 57% of operators say they would be likely to lay off employees during the next 6-12 months if business conditions deteriorate and the U.S. economy enters a recession.

“The restaurant and foodservice industry is fueling the American economy. Our hiring rate and wage increases are outpacing the overall private sector, and this year our industry will contribute nearly \$1 trillion to the economy,” said Michelle Korsmo, president & chief executive officer of the National Restaurant Association.





# ACACIA BAKERY

235 S. PACIFIC AVE.  
SAN PEDRO, CALIFORNIA  
ALFREDO BRAN, OWNER







When Alfredo Bran purchased Acacia Bakery, which is located near the coast in the Los Angeles suburb of San Pedro, California, more than 15 years ago, he inherited a business inside a 900-square-foot facility that was ready to grow.

“We have more than doubled in size since then. We have two sides to the bakery now,” explains Bran, who has added







valuable equipment such as conventional ovens and a tortillas machine.

As for the types of products they make, Bran, who is originally from Guatemala, points out that it is the heritage of his customers that matters most to the product line he produces at the bakery.

“The vast majority of my customers are Mexican, and I serve the traditional Mexican bread. We offer everything – tamales, cakes, breads. That’s what the customers want.”

He also understands how important consistency is to his customers. That’s why he trusts the quality that BakeMark provides.

Gradually, he is witnessing an increasingly diverse group of customers, including more from Guatemala and other countries south of the border.

They have started making Guatemalan cookies, which feature sesame seeds on top for an extra crunch, as well as quesadilla Guatemalan.

Many know the origin and flavor of quesadilla Salvadoreña, but Bran explains the version that is familiar to the people of Guatemala offers a different type of flavor. The version known to Guatemala is made from rice flour, milk, and cheese. They are also





prepared in round shapes, which look similar to a small, circular cake.

Wonderful flavors are abundant throughout the bakery. Empanadas are filled with more than a dozen flavors, including apple or pineapple, and traditional pastries are often topped with fresh fruit.

One of the most original products is a concha cut in half like a loaf of sandwich bread and filled with ample whipped cream and fresh strawberry slices. The presentation of this item is tremendous.

Also popular with many customers – especially younger ones – are the flavorful macarons (a French treat) and the chocolate covered strawberries.

The bakery also makes delicious dessert cups, which are filled with cake, strawberry sauce, and whipped cream, and topped with fresh strawberries and blueberries.

It is obvious that Acacia Bakery caters to all types of customers, young and old. **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!!!**



**TBH-400**  
 Horizontal Vacuum Mixer  
 Double Mixing Paddle  
 400 liters, 10hp, 220V, 50/60HZ, 3PH



**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



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





# BRIZUELA'S BAKERY

1721 W. KATELA AVE.  
ANAHEIM, CALIFORNIA  
JOSE AVALOS, OWNER







Among the proudest moments for Brizuela’s Bakery, which is located in the Los Angeles suburb of Anaheim, California, is having the U.S. President enjoy a fresh box of the bakery’s breads and pastries.

“We have been notified by people who brought our product to the White House,” points out Abraham Avalos, whose father, Jose, runs the 30-year-old family bakery. “Our bakery products have also been shipped to Japan. We

have customers who come from far distances just to buy and enjoy our products.”

Since 2005, the bakery has operated from its current location, and it continues to be supplied by BakeMark.







“Business with BakeMark is very good. They provide great support, and bring us samples to try, which is valuable to us,” Jose Avalos says. “We offer traditional Hispanic flavors. The taste of our products is something different from other bakeries because our quality is so good.”

Having operated for several decades has enabled Brizuela’s to create a strong following. “We have loyal fans,” Abraham says. “They tell us that our quality is wonderful.” Fans rave about the chicken or pork-filled tamales, as well as the niños envueltos, queso con rajás, empanadas filled with





various fruit flavors, and the fresh mantecadas coming right out of the oven. Many also love the fresh croissants, which are convenient to prepare and are supplied by BakeMark.

The bakery started in 1993 and later relocated to a new location to add space.

The business is run by Jose, his wife Luz, and Abraham's uncle Carlos Avalos.

They attract a lot of everyday business thanks to their consistent quality and convenient location. Holidays like Mother's Day are important for the spring season.

"Each holiday is big for us," Jose says. **P**





# SAN ANTONIO BAKERY

**344 W. ROSECRANS AVE.  
COMPTON, CALIFORNIA  
VICTOR & LETICIA MARTINEZ, OWNER**





**H**umility is a virtue in the bakery world. Victor Martinez, a humble baker who runs San Antonio Bakery in the Los Angeles suburb of Compton, California, has a smile on his face every day at the bakery. He smiles because he is happy to be doing something that he is proud to do and to be working alongside his wife, Leticia, and daughter, Kate.

The bakery itself is 65 years old, making it one of the longest running family-owned small businesses in Compton. The original place was founded by Pedro Pallan.

In 1995, Salvador Martinez took over the bakery, bringing his family a place to run a local business with pride.





Now starting his workday at 4 a.m. in the morning, Victor Martinez begins his day mixing dough and preparing for the customers. The store opens at 6 a.m., there are local customers who are already waiting in line at the door.

“When our bakery makes the first batch of bread, they wake up to that wonderful smell,” Victor explains. “They are inclined to come here and start their day off with bread.”

One of the saving graces of the business and its loyal following is their bakery supplier, BakeMark.

“BakeMark makes everything so much easier for us,” he says. “Their fillings are the best quality I have ever worked with, and BakeMark sells everything we need.”







For example, the bakery buys ready-to-bake croissants from BakeMark, and the product sells extremely well.

Many of the customers are originally from the Mexican state of Michoacan, and the Martinez family loves to talk with them and swap stories. That is a large reason why the relationship between the business and its customers is so close-knit.

San Antonio Bakery's pastry chef Alondra Roman is also known for her high quality products, and she is constantly trying out new products that will appeal to customers.

"We do custom orders for events," Kate Martinez explains. "We are doing a lot more unique designs now for quinceañeras and weddings." **P**



# APPLE POCKET PIE

**MIX:** Mix 5 LB unbleached pastry flour (at 60°F) and 4 oz. milk powder for 2 minutes on low speed.

Gradually add to the bowl 3½ LB BakeSense All Purpose Palm Shortening (at 55-60°F) cut into small pieces until the mixture forms crumbles the size of small peas.

Dissolve 3 oz. salt into 12 oz. ice cold water (make sure water does not contain any ice chips). Use your scale to weigh all the ingredients, including the liquids. Slowly add salted water to mixture. Mix only until water is absorbed. Do not over mix. Mixture should not be a paste. Place pie dough on pan and place in cooler for at least 6 hours or in freezer if storing longer.

**MAKE UP:** Remove dough from cooler and let it sit until it reaches room temperature. Scale 6 to 8 oz. of dough and roll out 3 to 4" wider than what you would normally need to cover an 8" pie pan (dough should be about ¼" thick).

Place pie dough on top of pie pan. Scoop Westco Gold Seal Sliced Apple Filling into the pie shell. After filling fold the excess crust loosely over the top of the pie.

Wash the top of the pie with egg wash.

**BAKE:** Bake pies at 375-400°F depending on your oven type for approx. 35-40 minutes or until the pies are a rich golden brown color.



## BAKEMARK PRODUCTS USED

17220 BakeSense Palm All Purpose Shortening  
34172 Westco Gold Seal Sliced Apple Filling

## ALTERNATE PRODUCTS USED

17217 BakeSense IE All Purpose Shortening  
51202 Westco Apple Pie Filling

# CORTADILLOS (SPRINKLE CAKE)

**MIX:** Mix some Westco Ultra Rich Crème Cake Mix according to the directions provided on the bag for a small batch.

**MAKE UP:** Grease a pan extender and place into a paper lined baking pan.

Scale 9 LB of mixed batter and spread evenly into pan.

**BAKE:** Bake at 330-365°F for 40-45 minutes depending on your oven type or until internal temperature reaches 205°F. Let the cake cool. Remove pan extender. Place in freezer overnight.

**FINISH:** Remove cake from freezer and let it thaw completely (until the center is no longer frozen).

Using red or pink liquid gel food colors tint Westco Vanilla Dipping Icing to desired pink hue. Cover top of cake with an even layer of colored Westco Vanilla Dipping Icing heated to 105-110°F.

Garnish with Trigal Dorado Rainbow Non Pareils sets.

Trim the edges of the cake so it looks neat and cut into 4" x 4" or 4" x 2" pieces.

## BAKEMARK PRODUCTS USED

#11644 Westco Ultra Rich Creme Cake Mix  
#19529 Westco Vanilla Dipping Icing  
#41293 Trigal Dorado Rainbow Non Pareils

## ALTERNATE PRODUCTS USED

#38260 Westco Vanilla Creme 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.



## THE YEAST THAT PERFORMS AND SAVES YOU MONEY

Working with the right ingredients is key to operating a successful bakery, and when it comes to quality you trust, every day - trust BakeSense Sup-R-Rise® Frozen Concentrated Yeast for all baked goods calling for fresh or dry yeast. Sup-R-Rise delivers the same great performance of fresh yeast, but with a 2-year shelf life in the freezer and with excellent retention of gassing power. Sup-R-Rise saves you money from no longer having to throw out spoiled fresh yeast and can be used for conchas, donuts, croissants, pizza crust, Danish, artisan breads, bagels, pretzels, sweet breads, etc.



## 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.

©2023 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? Confía en los líderes con...  
las mejores mezclas de panadería.



En BakeMark, somos los líderes en mezclas. Todo, desde mezclas para pastel tres leches y pastel de crema hasta mezclas para bolillo y bizcocho – ofrecemos la mejor calidad y la más amplia gama disponible. ¿Por qué conformarse con el segundo o tercer lugar? ¡Confía en los líderes comprobados! Comunícate con nosotros y permítenos ayudarte a aumentar tus ventas con las soluciones de mezclas adecuadas.

 [www.bakemark.com](http://www.bakemark.com)  
 [info@bakemark.com](mailto:info@bakemark.com)

**BAKEMARK**

*Shaping the Future Together®*



**Confía en los líderes con...**

- Más de 120 años de experiencia
- Ofreciendo las mejores marcas
- Una línea extensa para satisfacer tus necesidades
- ¡5 plantas de fabricación para servirte!