

BAKEMARK'S

PANADERÍA

SUPPLEMENT TO BAKE

SEPTIEMBRE 2019

**El Poder de
Ser Fresco**

The Power of Fresh

English

version starts on page

32



La mezcla ideal para obtener el éxito

El manejo de una panadería no tiene que ser laboriosa ni difícil. Con la calidad y conveniencia de la línea de mezclas auténticas de Trigal Dorado® ahorras tiempo, mano de obra y costos de ingredientes mientras que continúas ofreciendo los sabores auténticos que los clientes desean.

Los ojos de buey, duraznos y guayabas destacadas a continuación fueron hechos con la mezcla Trigal Dorado® Guayaba Mix - sólo necesitas agregar agua y huevos, ¡así de fácil! La línea de mezclas auténticas de Trigal Dorado incluye:

- ~ Bizcocho Mix
- ~ Pan Fino Mix
- ~ Galleta & Polvorón Mix
- ~ Mantecada Mix
- ~ Bolillo Mix
- ~ Danés Mix
- ~ Puerquito Mix
- ~ Tres Leches Cake Mix



Para obtener una lista de ingredientes Trigal Dorado, escanea el código QR.



06



10



14

La version en
Inglés
comienza en la pagina
32

CONTENIDO

- 06 PAN Y HORNEO
- 10 PASTELES Y DECORACIONES
- 14 EL PODER DE SER FRESCO
- 20 PERFILES DE PANADERÍAS
- 30 RECETAS DESTACADAS
- 31 PRODUCTOS DESTACADOS

Si desea descargar este ejemplar de la revista Panadería o le gustaría ver ediciones anteriores, por favor visite www.yourbakemark.com.

EL PODER DE SER FRESCO

Palabras como delicioso y sabroso son herramientas poderosas en cuanto a los mensajes de marketing para reforzar la calidad de la frescura de sus productos de panadería para los clientes. Un nuevo informe trae a la luz el poder de las emociones para impulsar las ventas, y señala el hecho de que los consumidores están ansiosos por comprar productos de panadería frescos que conocen y aman.

El informe 2019 Power of Bakery de American Bakers Association y Food Marketing Institute revela que los consumidores prefieren comprar en la panadería más que cualquier otro departamento de la tienda. Las palabras como "fresco" y "horneado hoy" conectan con los consumidores que constantemente

buscan nuevos sabores y diseños llamativos de pasteles y panes.

En este número de Panadería de BakeMark, ofrecemos muchas ideas para destacar la panadería fresca de una manera creativa que sus clientes apreciarán. Fresco es una palabra poderosa. Nunca olvide la importancia de promover la singularidad de sus productos de panadería con carteles en la tienda y mensajes en las redes sociales.

BakeMark está comprometido con la innovación y su éxito continuo. Lo alentamos a que se comunique con su representante de ventas local de BakeMark y visite www.yourbakemark.com para obtener más información sobre todo lo que BakeMark tiene para ofrecer.

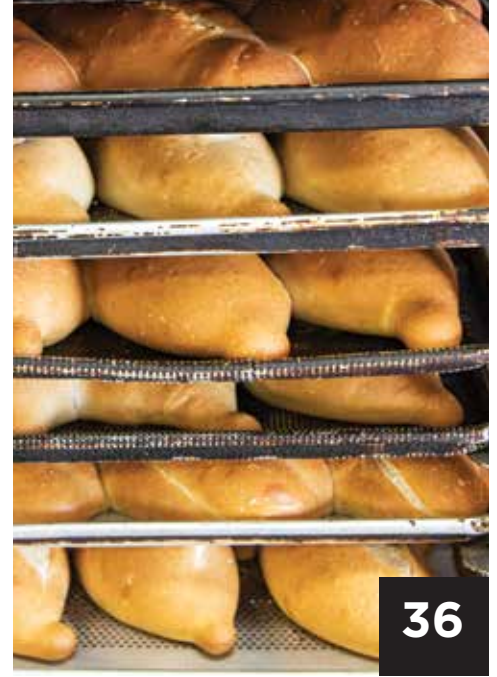
Nuestros más sinceros saludos,
Su Equipo de BakeMark



English

version starts on page

32



CONTENTS

- 32 BREAD & BAKING
- 34 CAKES & DECORATING
- 36 THE POWER OF FRESH
- 40 BAKERY PROFILES
- 50 FEATURED RECIPES
- 51 FEATURED PRODUCTS

To download this issue of Panadería Magazine or to see other previous issues, please visit www.yourbakemark.com.

THE POWER OF FRESH

Words like delicious and yummy are powerful tools in marketing messages that reinforce the freshness of your bakery products to customers. A new report sheds light on the power of emotion in driving sales, pointing to the fact that consumers are eager to shop for fresh bakery products they know and love.

The 2019 Power of Bakery Report from the American Bakers Association and the Food Marketing Institute reveals that consumers prefer to shop the bakery more than any other department in the store. They connect to words like “fresh” and “baked today,” and they constantly seek

new flavors and eye-catching designs of cakes and breads.

In this issue of BakeMark’s Panadería, we offer many ideas for spotlighting fresh bakery in creative ways that your customers will appreciate. Fresh is a powerful word. Never forget the importance of promoting the uniqueness of your bakery products with in-store signage and social media messaging.

BakeMark is committed to innovation and your continued success. We encourage you to contact your local BakeMark Sales Representative and visit www.yourbakemark.com to learn more about everything BakeMark has to offer.

Very Best Regards,
Your BakeMark Team





Harina que supera a los demás.

GRAIN  CRAFT

MOLIENDO TRIGO EN HARINA POR MÁS DE 100 AÑOS.

www.graincraft.com • [#iheartgluten](https://twitter.com/iheartgluten)

Pancitos *y* Panes *para el* Desayuno

Los panes cubiertos con virutas de coco, llamados “multis,” son un nuevo producto de gran venta en El Rancho Gilbert en Mesa, Arizona.

En Carnicería del Rancho en Mesa, los distintivos panecillos de canela preparados cada mañana por Jesús, el jefe de panaderos de la tienda, presentan los sabores tradicionales de canela y vainilla.

“Hacemos nuestros panecillos de canela con glaseado encima y canela en el centro,” dice Orlando Rascón, uno de los copropietarios. “La gente viene aquí desde millas y millas de distancia simplemente





para comprar nuestros panes frescos.”

En Panadería La Central en Avondale, Arizona, los torcidos de pan están rellenos de queso crema y chorizo o queso crema y jalapeño.

“La demanda aquí es más grande ahora porque ofrecemos sándwiches para desayuno y más variedades de panes distintivos,” dice Yolanda Chávez,

propietaria de la tienda.

Todos estos son ejemplos de cómo las panaderías en el mercado de Phoenix están concentrando más esfuerzos en el desayuno. Los consumidores han comenzado a desayunar otra vez, al menos cuando andan en camino, y están comprando con mucha más frecuencia en las panaderías a horas más tempranas

de la mañana para asegurarse de obtener los productos más frescos que pueden comprar.

Más allá de los panes, los pancitos están creciendo en popularidad para las tiendas como La Estrella Panadería en Mesa. Para ofrecer más opciones, la panadería ofrece dos tipos de coberturas: nueces o gragea.

“A nuestros clientes les encantan los





productos de panadería frescos temprano en la mañana,” dice la propietaria Verónica Ortiz de La Estrella, que abre todos los días a las 5:30 a.m.

Según la investigadora de Mintel, Amanda Topper, la mitad de los

consumidores estuvo de acuerdo en que el desayuno es más importante que el almuerzo o la cena en 2018. La portabilidad es importante. Además de la conveniencia, los consumidores buscan alimentos saludables para el desayuno que

sean ricos en proteínas y contengan fruta.

Desayunar tiende a ser un comportamiento que se lleva a cabo en camino, y los panes y panecillos ofrecen la velocidad y portabilidad necesarias en la mañana.

La categoría de la comida de la mañana (desayuno y merienda) ha mostrado un crecimiento de tráfico constante en los últimos años y representa la única parte del servicio de alimentos del día con crecimiento año tras año, según The NPD Group, una firma líder de investigación de mercado.

La conclusión es que un desayuno de restaurante o comida de la mañana sirve una variedad de necesidades. Satisface la necesidad de ser conveniente durante uno de los momentos más ocupados de nuestro día y generalmente es menos costoso que otras comidas en los restaurantes. **P**

Perfección en cada grano

Descubra la diferencia de North Dakota



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



Llame al 1-800-538-7721 para descubrir la diferencia.
www.ndmill.com

CERTIFICADA FSSC 22000

BAKE *Qwik*

Sabor y Variedad, Más Conveniencia

BakeQwik es la solución sabrosa a tus necesidades de una variedad de productos congelados tradicionales. BakeQwik ayuda a reducir el inventario y los costos de mano de obra brindándote más tiempo para producir tus creaciones distintivas. ¡Imagina las posibilidades!



yourbakemark.com

Disponible de tu proveedor de panadería completa

BAKEMARK



Collages Creativos *de Color*



sus técnicas distintivas involucra magdalenas decoradas. Colocan remolinos de glaseado en la parte superior de las magdalenas en un patrón de flores, realizando una hermosa impresión. Para algunos, colocan un color más claro (rosa, por ejemplo) como el cuerpo del pétalo de la flor y agregan un rosa más oscuro en las puntas.

Chávez de Panadería La Central reconoce que el fondant es una tendencia, pero ella prefiere cubrir sus pasteles con crema batida. Los ingredientes de la crema batida pueden ser más sabrosos para los clientes que prefieren este tipo de pastel, dice, y Chávez es altamente hábil, lo que le permite decorar cada pastel con un acabado liso.

“Preferimos la crema batida y el chocolate para la mayoría de las decoraciones,” dice Chávez. “A nuestros

La inspiración creativa proviene de muchos lugares. Los colores del cielo. Los patrones de la arquitectura, antiguos y nuevos. Los sabores de nuestra infancia.

Cuando Yolanda Chávez, propietaria de Panadería La Central en Avondale, Arizona, comienza el proceso de decorar un pastel, se conecta con su niña interior e imagina dulces y colores brillantes. La parte superior de sus pasteles decorados se convierten en obras creativas maestras — llenas de chocolates y gragea de colores brillantes y de otras decoraciones únicas a su disposición. A veces, incluso decorará la parte superior de sus pasteles con galletas de macarrón de colores brillantes.

“Solíamos hacer sólo pedidos para pasteles personalizados, y ahora vendemos pasteles todos los días,” dice Chávez. “Mantenemos nuestra vitrina llena de pasteles todos los días de la semana. Ofrecemos pasteles redondos de 8 y 10 pulgadas y pasteles de queso crema. Los clientes saben que tenemos pasteles listos para llevar.”

En El Rancho Gilbert en Mesa, una de





clientes les encantan nuestros pasteles tres leches. Por eso vienen aquí.”

A medida que lleguen los meses de otoño, los pasteles en Panadería La Central cambian de colores pasteles de verano a colores más intensos como el naranja y el verde. Crean pasteles de 1, 2 y 3 niveles para las bodas, y los pasteles de boda grandes siguen siendo tan populares como siempre.

En La Estrella Panadería en Mesa, Arizona, las frutas frescas como las fresas ocupan un lugar central en los pasteles decorados y los pasteles de queso crema que están disponibles aquí.

La propietaria, Verónica Ortiz, señala que los clientes de hoy están expandiendo los límites de la creatividad y esperan más de su panadería local cuando se trata de pasteles decorados.

“La gente nos trae ideas muy creativas, y siempre trabajamos para hacer el pastel exacto que desean para su ocasión especial,” dice ella. **P**

BEcom
bakeryequipment.com

Equipo de Horneo de Calidad



Mezcladora con Espiral Extraíble



Moldeadora Cónica Industrial



Aplanadora/Moldeadora



Fermentador Intermedio



Moldeadora Cónica



Mezcladora de Horquilla



Divisor de Masa



Mezcladora Espiral



Horno con Tubos de Vapor



Llámenos hoy. (360) 255-7467

Hablamos español.

www.becomsales.com | www.bakeryequipment.com

¡Siganos!

facebook

Linked in

twitter

YouTube



¡Ningún postre esta completo sin chocolate!

Convierta su panadería-pastelería en el lugar favorito de los clientes con diseños exclusivos y creativos agregando un toque con las decoraciones de chocolate, los adornos y las piezas de chocolate Dobra.

Descubra el toque distintivo de Dobra consultando nuestra guía de inspiración y nuestra colección completa en

dobra.com.



/Doblavv



/Doblaofficial



/Doblavv



/Doblavv



/Doblavv





EL PODER DE SER FRESCO

Los productos frescos y diseños frescos de pasteles, panes y pastelería son declaraciones poderosas para sus clientes. Son fundamentales para su éxito actual y futuro. Recuerde el poder de la emoción cuando se trata de impulsar las ventas impulsivas.

“La gente está buscando sabores únicos,” dice Yolanda Chávez, propietaria de Panadería La Central en Avondale, Arizona. “Muchas veces vienen aquí buscando comprar pasteles y encuentran mucho más que eso porque ofrecemos de todo. Cada cliente tiene gustos diferentes y hacemos todo lo posible para mantenernos al día.”

Para continuar siendo exitoso, es importante comprender las últimas tendencias de los consumidores para mantenerse al día con sus clientes y brindarles nuevas ideas creativas y sabores interesantes de productos que desearán comprar.

En El Rancho Gilbert en Mesa, Arizona, el propietario Ernesto Rascón dice que se están adaptando a la cambiante demanda con productos sabrosos como la quesadilla salvadoreña, que hornean en moldes para pays y para pancitos. Esto les da a sus clientes la opción de dos tamaños de estos pasteles suaves y dulces. “Agregamos un poco de queso

crema que los humedece,” dice Rascón. “El sabor es excelente.”

El pan y los alimentos horneados atraen a los compradores a las tiendas al menos una vez por semana, según el informe inaugural Power of Bakery 2019 de American Bakers Association (ABA, por sus siglas en inglés) y Food Marketing Institute (FMI, por sus siglas en inglés).

Según el informe, las maneras más efectivas de impulsar las compras impulsivas son

realizar degustaciones, ofrecer cupones y presentar exhibiciones llamativas de los panes y pasteles frescos.

Ser “fresco” es el elemento ganador universal entre las declaraciones relacionadas con la producción que son importantes para los consumidores, según el informe de Power of Bakery. “Fresco” y “horneado hoy” son fácilmente las dos declaraciones más populares entre la lista de 12 opciones, como lo mencionan siete de cada 10 compradores en





general y casi ocho de cada 10 “Boomers”. Cuando se les pide que definan la frescura, particularmente en cuanto a los artículos de panadería funcional, los compradores señalan primero la fecha y la hora.

Según el informe, la mayoría de los compradores no prestan atención o prestan alguna atención a las opciones más saludables cuando se trata de comprar artículos y postres indulgentes. En algunos casos, ciertos clientes buscan comprar porciones más pequeñas de postres indulgentes. “Particularmente con artículos indulgentes, las personas quieren un producto que los impresione. Simplemente lo quieren un poco más pequeño,” dice Robb MacKie, presidente y CEO de ABA.

Según un estudio de 2019 de Culinary Visions, cuando se trata de elegir entre salud e indulgencia, los consumidores están divididos. Alrededor del 48% de los consumidores están de acuerdo en que cuando se trata de meriendas portátiles, no les importa la salud.



Atlantic Bakery Expo

EN EL CENTRO DE CONVENCION DE ATLANTIC CITY

Abril 19 - 20, 2020

www.atlanticbakeryexpo.com

- Concurso de Decoración de Pastel Creativa EN VIVO de 2 días
- 12 horas de seminarios educativos
- 16 horas de clases prácticas
- Además, los últimos productos e innovaciones de proveedores y 7 horas de demostraciones educativas EN VIVO

Para más información o apartar un espacio,
comuníquese con Howard:

215-732-2333 • howard@atlanticbakeryexpo.com



Colores. Bien Hechos.

Los colores perfectos cobran vida en tus pasteles y postres con los glaseados y coberturas perfectas. Nuestras deliciosas opciones de Flavor Right, te dan la base perfecta para mezclar colores vibrantes, nítidos y auténticos una y otra vez.

Mira y aprende lo fácil que es elevar el color de tus creaciones en nuestra nueva serie de videos

Mix Masters en Facebook y Youtube.

Flavor Right™

Nos encanta promocionar a nuestros amigos. ¡Únete!

 /flavorrightfoods |  YouTube



El estudio revela que los consumidores no necesariamente consideran que la frescura y la salud son lo mismo.

Mientras que el 74% de los compradores suele comprar artículos funcionales en su tienda de alimentos primaria, la conversión es mucho menor que los artículos/postres indulgentes (63%) y los artículos para ocasiones

especiales (40%). Un número significativo de compradores tiene una estrategia de tienda dual que los lleva a comprar comestibles en el centro de una tienda y artículos de panadería en otra, según Power of Bakery. El cambio de canal es más alto para los artículos para ocasiones especiales, como los pasteles/magdalenas para cumpleaños, y más bajo para artículos

funcionales. Las tiendas independientes especializadas en la panadería representan la participación mayoritaria de los consumidores que cambian de canal en las tres categorías.

En otras tendencias, la conveniencia y el entretenimiento “están creciendo en grande,” dice Jonna Parker, experta en la investigación del mercado de alimentos frescos con IRI. “Hay una necesidad de conveniencia para el consumidor, y de eso es de lo que debemos hablar.”

Además, los productos de panadería hispana están en alza en todo el país. Para 2020, aproximadamente la mitad de las generaciones Z, Y y X será multicultural, dice Terry Soto, autor y asesor destacado de los mercados multiculturales. “Los consumidores de otras culturas son simplemente consumidores. Tienen el poder de aumentar las ventas,” dice, y señala que el mercado hispano ahora alcanza \$1.7 trillón.

Soto aboga por seis pasos hacia el éxito: ver el futuro, mantener una mente abierta, comprender los cambios centrales del mercado, definir el consumo y el comportamiento de compra, conocer a los clientes personalmente y organizarse para actuar. **P**



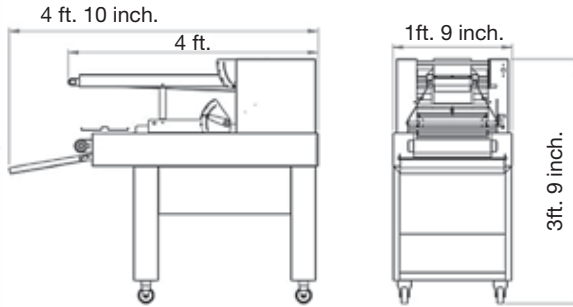


Argencal co.



■ EQUIPO BOLILLERO COMPACTO

BREAD MOLDER FORMER



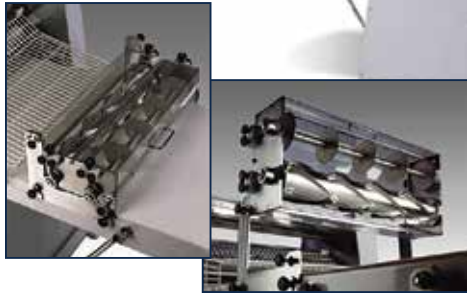
■ NUEVO HORNO ROTATIVO

Con panel digital programable. 99 programas/ recetas.

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

■ LAMINADORA DE PIE

Con cortantes para croissant (cuernitos)



■ BOLILLERA

EU2C – Equipo Unificado Doble Canal.

Para elaborar Panes individuales con calidad artesanal

No requiere personal especializado para su operación.

**Para bolillos de 1 a 11 onzas
producé 4000 bolillos por hora
Panes individuales**



■ AMASADORAS A ESPIRAL

capacidad desde. 30 lbs a 480 lbs de masa

mixers from 30 lbs. to 480 lbs



■ DIVIDER ROUNDER

Divisora-Pesadora-Boleadora-Redondeadora de 10 a 2500 gramos. Puede cortar con 1 o 2 pistones a la vez. Para conchas, teleras, tortillas y todo lo redondo.



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.





PANADERÍA LA CENTRAL

725 N. Central Ave., Suite 103, Avondale, Arizona
(623) 882-0757, Yolanda Chavez, Propietario

El espacio adicional puede ser una bendición para un minorista. Para Panadería La Central, el espacio adicional que estuvo disponible para la tienda minorista hace tres años le permitió a los propietarios expandir sus líneas de productos y servicios para crear la “atmósfera acogedora” de una panadería cafetería. La iluminación moderna y mesas clásicas de madera le brindan a los clientes un espacio cómodo para sentarse, relajarse y disfrutar de productos frescos de panadería con una bebida preparada al gusto.

“Nuestras ventas han aumentado más del doble,” dice la propietaria Yolanda Chávez. “Ahora ofrecemos más variedad de pasteles. Nos expandimos a las bebidas, incluyendo los batidos. Servimos sándwiches de desayuno y almuerzo. La gente está empezando a reconocernos más.”

La ventaja de operar una panadería cafetería es importante porque los clientes tienen más razones para querer venir a Panadería La Central, la cual se encuentra en Avondale, un suburbio de Phoenix, Arizona. Fundada en 2007, La Central ha desarrollado una maravillosa reputación de auténticos panes hispanos y pasteles tres leches. Ahora, la panadería cafetería atrae a los clientes que buscan un lugar para sentarse a desayunar o almorzar y disfrutar de un café o un batido también.

Además, el espacio adicional le proporcionó a La Central amplio espacio para expandir su negocio de pasteles



más allá de los pedidos personalizados solamente. En el frente de la tienda minorista, una impresionante vitrina con vidrio muestra una amplia variedad de pasteles decorados y mini galletas macarrón que están listas para la venta inmediata. El atractivo de la exhibición colorida aumenta significativamente las ventas impulsivas.

“Tenemos un poco de todo ahora,” dice Chávez. “Agregar el negocio de bebidas es importante porque hace mucho calor en el verano aquí en Arizona. Atraemos a mucha más gente a la panadería ofreciendo productos fríos como hielo raspado, batidos y parfaits de fruta fresca. Del verano al invierno, ahora no vemos una gran diferencia en las ventas totales de la tienda.”

La panadería cafetería es una atracción adicional para las familias que van de

compras juntas y buscan un lugar para sentarse y comer.

“Nos hemos convertido en un destino para las familias,” dice Yasmin Chávez, la hija de Yolanda. “Es un lugar agradable para que entren de día o de noche y pidan pan, bebidas frías y café. Pueden pasar tiempo de calidad juntos en familia. Eso es importante.”

Yolanda es una gran creyente en mantener las tradiciones valiosas, así como en modernizar su operación para mantenerse al ritmo de los tiempos cambiantes.

“Me encanta ver a las personas más jóvenes comprar más pan y pasteles,” dice ella. “Tenemos una página de Facebook e Instagram donde publicamos fotos de nuestros panes y pasteles más nuevos. Esa es una gran parte de cómo estamos haciendo crecer nuestro negocio.”

Trabajar en colaboración con BakeMark le ayuda a La Central a desarrollar nuevos productos que los clientes adorarán porque “la gente siempre está buscando sabores únicos”, dice Yolanda. “Los productos que obtenemos de BakeMark son excelentes y siempre buscamos crear nuevos sabores. Somos una panadería, pero no cualquier panadería. Queremos ser conocidos como la panadería con la mejor calidad, y se debe tener la mejor calidad para los clientes todo el tiempo.” **P**





EL RANCHO GILBERT

**330 S. Gilbert Rd., Suite 110, Mesa, Arizona
(480) 644-9794, Ernesto Rascon, Propietario**

El Rancho Gilbert celebra su 25 aniversario este año y planea expandir la panadería para incluir una nueva cafetería. Se están realizando renovaciones para construir una cafetería de aspecto moderno donde los clientes podrán disfrutar de la comodidad de pedir café recién hecho y bocadillos dulces.

“Queremos hacer más galletas en sabores nuevos como el caramelo de sal marina,” dice Carlos Rascon, cuyo padre, Ernesto Rascon, es dueño del negocio familiar que se encuentra en el suburbio llamado Mesa, en Phoenix, Arizona. “Queremos refrescar el aspecto de la panadería con una cafetería nueva con espacio para comer allí mismo.”

Carlos recientemente obtuvo un título en administración de empresas de Northern Arizona University y está asumiendo más responsabilidades en el negocio familiar. Él y su hermana, Erika, que se graduó hace cinco años de Arizona University, representan la próxima generación, ansiosos por traer nuevas ideas a la mesa y ayudar a evolucionar el negocio al siguiente nivel.

“Desde que era pequeño, yo y mi hermana siempre hemos venido con mi papá a la panadería, observándolo y aprendiendo su estilo de administración,” dice Carlos, que acaba de cumplir 24 años. “Somos muy afortunados. Esta tienda es nuestra original y ha existido más tiempo que yo.”

Ernesto Rascon y su esposa alentaron a sus hijos a ir a la universidad y seguir sus sueños para perseguir una carrera en cualquier dirección que quisieran. Aun así, crecer en la panadería demostró ser una fuerte conexión para ambos hijos (Erika también trabaja para el negocio familiar hoy en día). Estudiaron con esmero en la universidad con el objetivo en mente de unirse con sus padres para ayudarles a construir un negocio aún más fuerte.

“Desde que éramos pequeños, sabíamos que esto era lo que queríamos hacer,” dice Carlos, cuya prima, Cassandra, también



trabaja para El Rancho Gilbert en Mesa. “Amo cada segundo.”

Traer nuevas ideas significa expandir el perfil de la panadería, utilizando las redes sociales y los eventos especiales. Para celebrar el 25 aniversario de la panadería, organizaron una fiesta especial con música y rica comida.

Carlos también presentó el nuevo logotipo de la empresa de la panadería, E / R, que simboliza la tradición histórica de la

familia Rascon y rinde homenaje al rancho ganadero de sus abuelos en Sonora, México. ER representa a Ernesto Rascon, su abuelo, además de ser las iniciales de El Rancho.

“Estamos haciendo mucho en Facebook y con las redes sociales, y tengo un fotógrafo que viene a tomar fotos de toda la tienda y todos nuestros productos,” dice Carlos. “Vamos a utilizar estas fotos profesionales para promocionar nuestra panadería entre nuestros fans.” **P**



CARNICERÍA DEL RANCHO

7246 E. Main St., Suite 1, Mesa, Arizona
(480) 641-0469, Orlando Rascon, Propietario

La familia Rascon es muy bien conocida en el área de Phoenix por su compromiso de producir panes de alta calidad, y Carnicería del Rancho es una de las brillantes estrellas de la familia en el negocio de la panadería. Ubicada en el suburbio de Mesa en Phoenix, Arizona, Carnicería del Rancho se concentra en vender panes y pastelería apetitosos de tamaño grande y mayor valor por el dinero.

“Aquí, todo el enfoque es en el tamaño de los panes y las donas. Hay más valor por su dinero,” dice Orlando Rascon, quien dirige Carnicería del Rancho en Mesa con su padre, Carlos, su hermana, Melissa y su socio comercial Antonio Félix. “Nos hicimos cargo de este negocio en agosto de 2012. Nos concentramos en panes y pasteles, carne y abarrotes.”

Jesús, el panadero, llega a las 4:30 a.m. todas las mañanas y comienza su día de trabajo mezclando masa para conchas. Hacen todo desde cero y el 100% de los ingredientes de la panadería provienen de BakeMark. Orlando dice que BakeMark siempre está disponible para ayudarlos a construir un negocio más fuerte y ayudarlos a producir productos deliciosos que sus clientes exigen.

La panadería depende de las mezclas y rellenos para donas de marca Westco de BakeMark para producir sus propias donas



de gran tamaño que se fríen en la tienda todos los días. Las donas están disponibles con diferentes rellenos o coberturas: azúcar, glaseado de chocolate, glaseado de chocolate con coco y azúcar con crema bávara.

“A mucha gente le gusta nuestras donas debido a sus grandes tamaños,” dice Orlando. “Lo primero que los clientes ven cuando entran a la tienda es esta vitrina llena de productos frescos de panadería: donas grandes, conchas grandes y muchos más productos frescos. Hacemos un poco de todo para nuestros clientes.”

Las ventas son fuertes durante todo el año, pero su negocio de pan realmente aumenta una vez que los “pájaros de nieve” que vienen de los estados del norte (o sea,

aquellas personas que se trasladan a Arizona para el invierno) comienzan a llegar en septiembre y octubre.

Las especialidades de la panadería que muchos clientes leales han llegado a amar incluyen las galletas hechas con harina de maseca (hay dos tipos, una rociada con azúcar cristalina y la otra sencilla), ojas y coricos, también hechos con harina de maseca. Carnicería del Rancho usa muchas libras de harina de maseca cada semana, y también hacen sus propias tortillas de maíz frescas todos los días.

Los bolillos rellenos de queso crema y jalapeño son cada vez más populares, al igual que la pastelería de hojaldre rellena de piña o queso. La pastelería de hojaldre está decorada con ingredientes creativos para atraer a diferentes clientes. BakeMark tuvo un papel decisivo en este proyecto al ofrecerle a Carnicería del Rancho convenientes palillos de hojaldre, que sencillamente se descongelan y se hornean, de su línea BakeQwik.

“Jesús obtendrá nuevas recetas e ideas de productos de BakeMark y las probará. Dejamos que Jesús haga lo suyo y haga productos que la gente quiera,” dice Orlando. “El negocio marcha bien y esperamos poder abrir otra ubicación. Simplemente seguimos haciendo lo que hacemos porque está funcionando.” **P**





LA ESTRELLA PANADERÍA

819 E. Broadway Rd., Mesa, Arizona
(480) 649-0293, Veronica Ortiz, Propietaria

Los pasteles son una categoría distintiva para La Estrella Panadería, que se especializa en auténticos pasteles tres leches personalizados para cada tipo de ocasión especial.

“La gente viene con una foto del tipo de pastel que quieren y lo hacemos para ellos justo como les gusta,” dice Verónica Ortiz, propietaria de La Estrella Panadería, que se encuentra en el suburbio de Mesa, en Phoenix, Arizona.

Nancy, la gerente de la panadería, supervisa un equipo de dos decoradores de pastel y cinco panaderos que trabajan diligentemente todos los días para producir pasteles y panes creativos desde cero.

Ortiz dice que está orgullosa del hecho de que cuando los clientes realizan una búsqueda en Google para pasteles tres leches en Phoenix, su panadería siempre es una de las primeras en aparecer en la lista. “Tenemos muchos clientes de lugares tan lejanos como Scottsdale y Chandler. Somos bien conocidos por nuestros pasteles tres leches.”

BakeMark proporciona a La Estrella Panadería los ingredientes de alta calidad que necesitan, y Nancy se siente agradecida de trabajar con un proveedor tan confiable.

“Somos muy libres de hablar con BakeMark y estamos dispuestos a probar cosas nuevas,” dice ella. “Estoy muy orgullosa de nuestro panadero porque él



realmente se enorgullece de su trabajo. Él ha utilizado ingredientes de BakeMark desde siempre — rellenos, chocolate para donas y muchos otros ingredientes. No usa a nadie más porque confía en la calidad de los ingredientes de BakeMark. Ellos siempre trabajan con nosotros para ayudarnos a hacer crecer nuestro negocio.”

La popularidad de las redes sociales ha jugado un papel importante en cambiar la forma en que La Estrella Panadería promueve su negocio, y Ortiz dice que tener una gran presencia en Facebook ha jugado un papel fundamental para llegar a más clientes que viven más lejos que el área local.

“Las redes sociales son realmente buenas para nosotros porque nuestros clientes compran un pastel y publican fotos de los pasteles que nos compraron,” dice. “Es realmente una buena publicidad.”

Nancy dice que muchos clientes ahora llegan con una idea del aspecto específico que tienen en mente para su pastel y, a su vez, su personal de panadería trabaja muy de cerca con cada cliente para crear su pastel deseado.

“Vienen con una idea, y siempre están muy contentos con los resultados,” dice Ortiz. “Nuestro negocio realmente marcha muy bien actualmente.” **P**





SUPER CARNICERÍA LOS ALAMOS

10730 W. Lower Buckeye Rd., Suite 101, Avondale, Arizona
(623) 907-2200, Margarito Rodriguez, Propietario

En Super Carnicería Los Alamos en Avondale, Arizona, el panadero Arnulfo Ortega perfecciona panes y pasteles con especial dedicación a su arte. Ha sido panadero durante 22 años, comenzando en el estado mexicano de Durango donde aprendió a hornear bolillos frescos con una textura suave. Trajo consigo a los Estados Unidos las tradiciones de horneado de México. Todo lo que hace es auténtico.

Esta es la razón detrás de la popularidad de Super Carnicería Los Alamos, donde los clientes del área metropolitana de Phoenix vienen a comprar conchas, marranitos, niños envueltos y bolillos. La empanada de piña es otro producto favorito de los clientes de esta panadería, que también sirve empanadas repletas de relleno de calabaza y de manzana. Los dos últimos sabores son especialmente populares durante los meses de otoño e invierno.

“Cuanto más personas vienen y consumen nuestro pan, eso es lo que me hace feliz,” dice Arnulfo con una sonrisa. “Hacemos pan fresco todos los días y ofrecemos una gran variedad. Por eso la gente viene aquí.”

Margarito Rodríguez, el dueño de Super Carnicería Los Alamos, que tiene tres ubicaciones, dice que BakeMark juega un papel fundamental en su éxito debido a la alta calidad de los ingredientes. Los clientes sólo esperan lo mejor cuando compran productos de panadería aquí.

“Siempre mantenemos una buena variedad y un muy buen valor por el precio,” dice Rodríguez. “Estamos logrando que más personas vengan aquí por el pan. La mayoría de nuestros clientes son hispanos.”

Otros productos populares incluyen los discos de canela, que son similares a los buñuelos, y los bolillos rellenos de queso crema y jalapeño. Más personas están comprando bocadillos dulces y comidas para llevar, por lo que Super Carnicería



Los Alamos produce productos que satisfacen esta demanda.

En los meses de otoño e invierno, durante la temporada de fiesta, Ortega, el panadero, se prepara para las multitudes de clientes que visitarán la panadería produciendo muestras de pan de muerto a fines de octubre y roscas de reyes antes de la primera semana de enero. Hace tres tipos de pan de muerto,

satisfaciendo a cada tipo de cliente.

“La temporada de fiesta navideña es cuando consumen más del pan que hacemos,” dice Rodríguez. “Nuestro panadero ha comenzado a preparar panecillos para la navidad, que son muy populares individualmente o vendidos en bolsas. Estas son las maneras en que continuamos creciendo nuestro negocio.” **P**



MANTECADAS

MEZCLA: Mezcle la masa siguiendo las instrucciones proporcionadas en cada bolsa de Trigal Dorado Mantecada de Mantequilla Mix para un lote pequeño.

PREPARAR: Tazas regulares: Forre moldes para muffins con Trigal Dorado Red Baking Cups. Deposite 2 onzas de masa en las tazas. Tazas chinas: Forre moldes para muffins con las tazas

para Trigal Dorado Chino Baking Cups. Deposite 3 onzas de masa en las tazas. Decora la parte superior con Westco Sweet Flake Coconut.

HORNEAR: Hornear a 380°F durante 10 minutos en un horno de rejilla. Baje la temperatura a 350°F y siga horneando hasta que esté firme al tacto (aprox. 20 minutos más).

BAKEMARK PRODUCTOS A UTILIZAR

#31622 Trigal Dorado Mantecada de Mantequilla Mix 50 LB
#17067 BakeSense Premium Salad Oil 35 LB
#41278 Trigal Dorado Red Baking Cup 4.5"
#41275 Trigal Dorado Red Chino Baking Cup
#08779 Westco Flake Sweet Coconut 10 LB



BOLLOS DE NUEZ Y CARAMELO

MEZCLA: Mezcle la masa siguiendo las instrucciones proporcionadas en la bolsa de Westco Cinnamon Roll Mix para un lote pequeño. Use su termómetro para alcanzar una temperatura de masa final de 80°F. Agrupa y deja reposar la masa durante 45 minutos.

RELLENO DE CANELA

Mezcle los siguientes ingredientes a baja velocidad hasta que la mezcla forme pequeñas migas: 4 LB Westco Ultra Rich Crème Cake Mix, 1 LB de azúcar morena, 12 onzas de mantequilla o margarina, 1 onza de BakeSense Ground Cinnamon.

PREPARAR: Cubra la masa

con ¼ "de grosor por 18" de ancho. Cepille ligeramente con agua. Espolvorea la mezcla de relleno de canela. Enrolle la masa en troncos. Córteles en trozos de 2 onzas. En una bandeja para hornear de hoja completa, unte una capa de Best Brands Karmel Hon-E-Roll Glaze de aproximadamente 1/8" de espesor. Use un extensor de sartén si tiene uno. Cubra el glaseado con nueces en cubitos. Coloque 35 trozos cortados de masa sobre las pacanas.

HORNEAR: Prueba por aprox. 30 minutos hasta ¾ de tamaño final en una caja de prueba establecida

BAKEMARK PRODUCTOS A UTILIZAR

#09901 Westco Cinnamon Roll Mix 30 LB
#11644 Westco Ultra Rich Creme Cake Mix 50 LB
#53583 Best Brands Karmel Hon-E-Roll Glaze 45 LB
#35179 Trigal Dorado Fresh Yeast 25 LB
#08008 Westco Honey Pectin Glaze 22 LB

TAMBIÉN PUEDE UTILIZAR

#38260 Westco Vanilla Creme Cake Mix 50 LB



a 100°F/80%. Hornee a 335-365°F o hasta que estén ligeramente doradas. Inmediatamente después de sacarlo del horno, coloque cuidadosamente la sartén boca abajo y lejos de usted. Deje la sartén por aprox. 1 minuto hasta que todo el esmalte gotee en los bollos. Recuerde que el lado esmaltado formará la parte

superior de los rollos. Retire la sartén con cuidado.

Nota: Los panecillos pueden tardar más en hornearse porque el esmalte los aislará del calor y no se dorarán tan rápido.

TERMINAR: Después de que los rollos de canela se hayan enfriado, termine cepillándolos con Westco Honey Pectin Glaze.

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



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



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



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



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.



Para más información, contacte a su representante de BakeMark o visite nuestra página www.yourbakemark.com

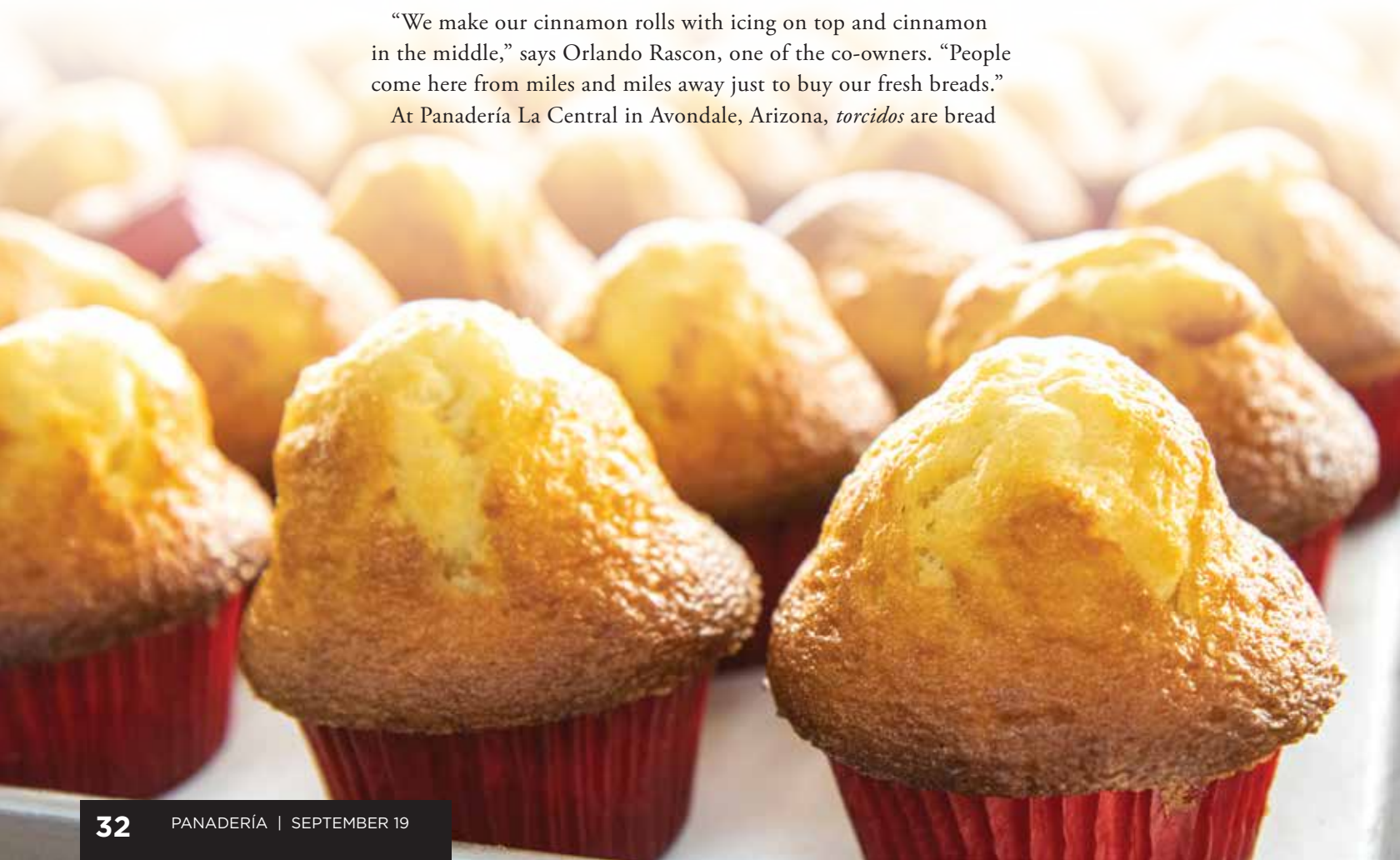
Breakfast Breads & Muffins

Breads covered in coconut shavings, called “multis,” are a new top seller at El Rancho Gilbert in Mesa, Arizona.

At Carnicería del Rancho in Mesa, the distinctive cinnamon rolls prepared fresh every morning by Jesus, the store’s head baker, feature the comfort flavors of cinnamon and vanilla.

“We make our cinnamon rolls with icing on top and cinnamon in the middle,” says Orlando Rascon, one of the co-owners. “People come here from miles and miles away just to buy our fresh breads.”

At Panadería La Central in Avondale, Arizona, *torcidos* are bread



twists filled with cream cheese and chorizo or cream cheese and jalapeño.

“The demand here is higher now because we offer breakfast sandwiches and more varieties of distinctive breads,” says Yolanda Chavez, owner of the store.

These are all examples of how panaderías in the Phoenix marketplace are concentrating more efforts on the breakfast rush. Consumers have started eating breakfast again, at least on the go, and they are shopping much more often at bakeries at earlier times in the morning to ensure they get the freshest products they can buy.

Beyond breads, muffins are gaining popularity for stores including La Estrella Panadería in Mesa. To offer more choices, the bakery offers two kinds of toppings: nuts or sprinkles.

“Our customers love fresh bakery products early in the morning,” says owner Veronica Ortiz of La Estrella, which opens every day at 5:30 a.m.

According to researcher Amanda Topper of Mintel, half of consumers agreed breakfast is more important than lunch or dinner in 2018. Portability is important. In addition to convenience, diners are looking for healthy breakfast foods that are



high in protein, contain fruit.

Breakfast tends to be an on-the-go behavior, and snack breads and muffins offer the speed and portability needed in the morning.

The morning meal (breakfast and morning snack) category has shown consistent traffic growth over the past several years and represents the only

foodservice daypart with year-over-year growth, according to The NPD Group, a leading market research firm.

Bottom line is that a restaurant breakfast or morning meal serves a variety of needs. It satisfies the need for convenience at one of the busiest times of our day and is typically less costly than other restaurant meals. **P**





Creative Collages *of Color*



Creative inspiration comes from many places. The colors of the sky. The patterns of architecture, old and new. The flavors of our childhood.

When Yolanda Chavez, owner of Panadería La Central in Avondale, Arizona, starts the process of decorating a cake, she taps into her inner child and imagines candies and bright colors. The tops of her decorated cakes become creative masterpieces — full of chocolates and brightly colored sprinkles and other unique decorations at her disposal. At times, she will even decorate the tops of her cakes with brightly colored macaron cookies.

“We used to do only custom-cake orders, and now we sell cakes every day,” Chavez says. “We keep our display full of cakes every day of the week. We offer 8-inch and 10-inch rounds and cheesecakes. Customers know that we have cakes ready to go.”

At El Rancho Gilbert in Mesa, one of their signature techniques involves decorated cupcakes. They pipe swirls of icing on the tops of cupcakes in the pattern of flowers, making a beautiful impression. For some, they will pipe a lighter color (pink, for

example) as the body of the flower petal and add a darker pink on the tips.

Chavez of Panadería La Central recognizes that fondant is a trend, but she prefers to ice her cakes with whipped topping. Whipped toppings can be more flavorful to customers who prefer these

types of cakes, she says, and Chavez is highly skilled so she can decorate each cake with a smooth finish.

“We stick with whipped topping and mostly chocolate decorations,” Chavez says. “Our customers love our tres leches cakes. That’s why they come here.”

As the months of fall arrive, the cakes at Panadería La Central will shift from summer pastels to richer colors like orange and green. They will create 1-, 2- and 3-tier cakes for weddings, and big wedding cakes are still as popular as ever.

At La Estrella Panadería in Mesa, Arizona, fresh fruits such as strawberries take center stage on the decorated cakes and cheesecakes available here.

Owner Veronica Ortiz points out that today’s customers are pushing the boundaries of creativity and expect more from their local bakery, when it comes to decorated cakes.

“People bring us very creative ideas, and we always work to make the exact cake they want for their special occasion,” she says. **P**





THE POWER OF FRESH

Fresh products and fresh designs of cakes, breads and pastries make powerful statements to your customers. They are the pillars to your current and future success. Remember the power of emotion in driving impulse sales.

“People are looking for unique flavors and tastes,” says Yolanda Chavez, owner of Panaderia La Central in Avondale, Arizona. “A lot of times they come here looking to buy cakes, and they find so much more than that because we offer everything. Every customer has different tastes, and we do our best to keep up with them.”

To continue to be successful, it is important to understand the latest consumer trends to stay out in front of your customers and provide them with creative new ideas and interesting flavors of products that they will want to buy.

At El Rancho Gilbert in Mesa, Arizona, owner Ernesto Rascon says that they are adapting to changing demand with flavorful products like *quesadilla salvadoreña*, which they bake in pie pans and muffin tins. This gives their customers a choice of two sizes of these moist and sweet pound cakes. “We add a little bit of cream cheese that moistens them,” Rascon says. “The flavor is excellent.”

Bread and baked foods bring shoppers to stores at least once per week, according to the inaugural Power of Bakery 2019 Report from The American Bakers Association (ABA) and Food Marketing Institute (FMI).

The most effective ways to prompt impulse purchases, according to the report, is to conduct sampling, offer coupons and present eye-catching displays of fresh breads and cakes.

“Fresh” is the universal winner of production-related claims that matter to

consumers, according to the Power of Bakery report. “Fresh” and “baked today” are easily the two most popular production-related claims out of the list of 12 options, as mentioned by seven in 10 shoppers overall and nearly eight in 10 Boomers. When asked to define freshness, particularly as it relates to functional bakery items, shoppers first point to the date and time.

A majority of shoppers either pay no attention or some attention to healthier





options when it comes to buying indulgent items and desserts, according to the report. In some cases, certain customers are seeking to buy smaller portion sizes of indulgent desserts. “Particularly with indulgent items, people want a product that knocks their socks off. They just want it a little smaller,” says Robb MacKie, president and CEO of the ABA.

According to a 2019 study from Culinary Visions, when it comes to choosing between healthfulness and indulgence, consumers are split. About 48% of consumers agree that when it comes to snacking on the go, they don’t care about healthfulness. The study reveals that consumers do not necessarily view fresh and healthfulness as one and the same.

While 74% of shoppers typically purchase functional items at their primary food store, conversion is much lower of indulgent items/desserts (63%) and special occasion items (40%). Significant numbers of shoppers have

a dual-store strategy, in which they purchase center-store groceries in one store and bakery items in another, according to Power of Bakery. Channel switching is highest for special occasion items, such as birthday



cakes/cupcakes, and lowest for functional items. Stand-alone bakery specialty stores take a majority share of the switchers across all three categories.

In other trends, convenience and entertaining “are growing like gangbusters,” says Jonna Parker, fresh foods market research expert with IRI. “There is a consumer need for convenience, and that’s what we need to be talking about.”

Also, Hispanic bakery products are on the upswing across the country. By 2020, roughly half of Gen Z, Y and X will be multicultural, says Terry Soto, noted author and adviser on multicultural markets. “Consumers of other cultures are just consumers. They have the power to grow sales,” she says, noting the Hispanic market is now at \$1.7 trillion.

Soto advocates six steps to success: see the future, keep an open mind, understand core market changes, define consumption and buying behavior, get to know customers personally, and organize to take action. **P**





PANADERÍA LA CENTRAL

725 N. Central Ave., Suite 103, Avondale, Arizona
(623) 882-0757, Yolanda Chavez, Owner

Additional space can be a blessing for a retailer. For Panadería La Central, the extra space that became available to the retail store three years ago enabled the owners to expand their product lines and services to create the “very inviting atmosphere” of a bakery cafe. Modern lighting and classic wooden tables give customers a comfortable space to sit down, relax and enjoy fresh bakery products with a made-to-order beverage.

“Our sales have gone up more than double,” says owner Yolanda Chavez. “We now offer more variety of cakes. We expanded into drinks, including smoothies. We serve breakfast sandwiches and lunch. People are starting to recognize us more.”

The advantage of operating a bakery cafe is significant because customers have more reasons to want to come to Panadería La Central, which is located in the Phoenix suburb of Avondale, Arizona. Founded in 2007, La Central has developed a wonderful reputation for authentic Hispanic breads and *tres leches* cakes. Now the bakery cafe attracts customers who are seeking a place to sit down for breakfast or lunch and enjoy coffee or a smoothie, as well.

In addition, the extra space provided La Central ample room to expand its cake business beyond strictly custom-cake orders. In the front of the retail store, an impressive glass-enclosed cake case displays a wide variety of decorated cakes and mini macaron



cookies that are ready for immediate sale. The attractiveness of the colorful display adds significantly to impulse sales.

“We have a little bit of everything now,” Chavez says. “Adding the beverage business is important because it gets very hot in the summer here in Arizona. We attract a lot more people to the bakery by offering cold products such as shaved ice, smoothies and fresh fruit parfaits. From the summer to the winter, now we don’t see a big difference in total store sales.”

The bakery cafe is an added attraction for families who are shopping together and looking for a place to sit down and eat.

“We have become a destination for families,” says Yasmin Chavez, Yolanda’s daughter. “It’s a nice place for them to come in during the day or at night and order bread and cold drinks and coffee. They can spend quality time together as a family. That’s important.”

Yolanda is a big believer in keeping valued traditions going, as well as modernizing your operation to keep pace with the changing times.

“I love to see younger people buy more bread and cakes,” she says. “We have a Facebook and Instagram page where we post photos of our newest breads and cakes. That is a big part of how we are growing our business.”

Working closely with BakeMark helps La Central develop new products that customers will love because “people are always looking for unique flavors and tastes,” Yolanda says. “The products we get from BakeMark are excellent, and we are always looking to create new flavors. We are a bakery, but not just any bakery. We want to be known as the bakery with the best quality, and you have to have the best quality for customers all the time.” **P**





EL RANCHO GILBERT

**330 S. Gilbert Rd., Suite 110, Mesa, Arizona
(480) 644-9794, Ernesto Rascon, Owner**

El Rancho Gilbert celebrates its 25th anniversary this year and plans to expand the bakery to include a new coffee bar. Renovations are underway to build a modern-looking coffee bar where customers can enjoy the convenience of ordering freshly made coffee and sweet snacks.

“We want to make more cookies in new flavors like sea salt caramel,” says Carlos Rascon, whose father, Ernesto Rascon, owns the family business that is located in the Phoenix suburb of Mesa, Arizona. “We want to freshen up the look of the bakery with a new sit-down cafe.”

Carlos recently earned a business management degree from Northern Arizona University and is taking over more responsibilities at the family business. He and his sister, Erika, who graduated five years ago from the University of Arizona, represent the next generation, eager to bring new ideas to the table and help grow the business to the next level.

“Since I was little, me and my sister have always come with my Dad to the bakery, watching him and learning his management style,” says Carlos, who just turned 24. “We’re so lucky. This store is our original, and it’s been around longer than I have.”

Ernesto Rascon and his wife encouraged their children to go to college and follow their dreams to pursue a career in whatever direction they wanted. Still, growing up in the bakery proved a strong connection for both children (Erika also works for the family business today). They studied hard in college with the goal in mind to rejoin their parents to help build an even stronger business.

“Since we were little, we knew this is what we wanted to do,” says Carlos, whose cousin, Cassandra, also works for El Rancho Gilbert in Mesa. “I love every second.”

Bringing in new ideas means expanding the bakery’s profile, using social media and



special events. To celebrate the bakery’s 25th anniversary, they hosted a special party with music and great food.

Carlos also unveiled the bakery’s new company logo, E / R, which symbolizes the storied tradition of the Rascon family and pays homage to their grandparents’ cattle ranch in Sonora, Mexico. ER stands for

Ernesto Rascon, their grandfather, as well as being the initials for El Rancho.

“We are doing a lot on Facebook and social media, and I have a photographer coming in to shoot photos of the whole store and all our products,” Carlos says. “We are going to use these professional photos to promote our bakery to our fans.” **P**



CARNICERÍA DEL RANCHO

7246 E. Main St., Suite 1, Mesa, Arizona
(480) 641-0469, Orlando Rascon, Co-owner

The Rascon family is well known in the Phoenix area for their commitment to producing high quality breads, and Carnicería del Rancho is one of the family's shining stars in the bakery business. Located in the Phoenix suburb of Mesa, Arizona, Carnicería del Rancho concentrates on selling appetizing breads and pastries that are big in size and bigger in value for the money.

"It's all about the size of the breads and donuts here. There's more bang for your buck," says Orlando Rascon, who runs Carnicería del Rancho in Mesa with his father, Carlos, his sister, Melissa, and business partner Antonio Felix. "We took over this business in August 2012. We focus on breads and pastries, meat and groceries."

Jesus, the baker, arrives at 4:30 a.m. every morning and starts his workday mixing concha dough. They make everything from scratch and 100% of the bakery ingredients come from BakeMark. Orlando says that BakeMark is always there to help them build a stronger business and help them produce delicious products that their customers demand.

The bakery relies on Westco donut mixes and fillings from BakeMark to produce their own oversized donuts that are fried in the store every day. The donuts are available



with different fillings or toppings: sugar, chocolate frosted, chocolate frosted with coconut, and sugar with Bavarian Crème.

"A lot of people like our donuts because of the big sizes," Orlando says. "The first thing customers see when they walk in the store is this case full of fresh bakery products: large donuts, large *conchas*, and many more fresh products. We make a little bit of everything for our customers."

Sales are strong all year-round, but their bread business really picks up once the "snowbirds" from northern states (those

who relocate to Arizona for the winter) start to arrive in September and October.

Bakery specialties that many loyal customers have grown to love include cookies made with maseca flour (there are two kinds, one sprinkled with crystal sugar and the other plain), *ojas* and *coricos*, also made with maseca flour. Carnicería del Rancho uses many pounds of maseca flour each week, and they also make their own corn tortillas fresh daily.

Bolillos filled with cream cheese and jalapeno are increasing popular, as are strudel pastries filled with pineapple or cheese. The strudel pastries are decorated with creative toppings to appeal to different customers. BakeMark was instrumental in this project by offering convenient thaw-and-bake puff pastry sticks under its BakeQwik line to Carnicería del Rancho.

"Jesus will get new recipes and product ideas from BakeMark and try them out. We let Jesus do his thing and make products that the people want," Orlando says. "Business is going well, and hopefully we will be looking to open another location. We just keep doing what we're doing because it is working." **P**





LA ESTRELLA PANADERÍA

819 E. Broadway Rd., Mesa, Arizona
(480) 649-0293, Veronica Ortiz, Owner

Cakes are a signature category for La Estrella Panadería, which specializes in authentic *tres leches* that are customized for every type of special occasion.

“People come in with a photo of the type of cake they want, and we make it for them just the way they like it,” says Veronica Ortiz, owner of La Estrella Panadería, which is located in the Phoenix suburb of Mesa, Arizona.

Nancy, the bakery manager, supervises a staff of two cake decorators and five bakers who work diligently every day to produce creative cakes and breads from scratch.

Ortiz says she is proud of the fact that when customers do a Google search for *tres leches* cakes in Phoenix, her bakery is always one of the first to show up on the list. “We have a lot of customers from as far away as Scottsdale and Chandler. We are well known for our *tres leches*.”

BakeMark provides La Estrella Panadería with the high-quality ingredients they need, and Nancy feels grateful to work with such a trusted supplier.

“We are very free to talk to BakeMark and open to trying new things,” she says. “I’m very proud of our baker because he really takes pride in his work. He’s been



using BakeMark ingredients forever — fillings, chocolate for donuts and many other ingredients. He doesn’t use anyone else because he trusts the quality of BakeMark ingredients. They always work with us to help us grow our business.”

The popularity of social media has played a big role in changing the way La Estrella Panadería promotes its business, and Ortiz says that having a big presence on Facebook has played an instrumental role in reaching out to more customers who live farther away than the local neighborhood.

“Social media is really good for us because our customers will buy a cake and post photos of their cakes from us,” she says. “it’s really good advertising.”

Nancy says that many customers now come with a specific look in mind for their cake and, in turn, their bakery staff works closely with each customer to create their desired cake.

“They come with an idea, and they are always really happy with the results,” Ortiz says. “Our business is going really well now.” **P**





SUPER CARNICERÍA LOS ALAMOS

10730 W. Lower Buckeye Rd., Suite 101, Avondale, Arizona
(623) 907-2200, Margarito Rodriguez, Owner

At Super Carnicería Los Alamos in Avondale, Arizona, baker Arnulfo Ortega perfects breads and pastries with special dedication to his art. He has been a baker for 22 years, starting in the Mexican state of Durango where learned to bake fresh *bolillos* with soft texture from scratch. He brought with him to the United States the baking traditions of Mexico. Everything he makes is authentic.

This is the reason behind the popularity of Super Carnicería Los Alamos where customers throughout the Phoenix metro area come to buy *conchas*, *marranitos*, *niño envuelto* and *bolillos*. Pineapple *empanadas* are another customer favorite at this bakery, which also serves plump *empanadas* bursting with fillings like pumpkin and apple. The latter two flavors are especially popular in the fall and winter months.

“The more people who are coming here and consuming our bread, that is what makes me happy,” Arnulfo says with a smile. “We make bread fresh every day, and we offer a great variety. That is why people come here.”

Margarito Rodriguez, the owner of Super Carnicería Los Alamos, which has three locations, says that BakeMark plays an instrumental role in their success because of the high quality of the ingredients. Customers expect only the best when they buy bakery products here.

“We always maintain a good variety and a very good value for the price,” Rodriguez says. “We are getting more people coming here because of the bread. The majority of our customers are Hispanic.”

Other popular items include *discos de canela*, which are similar to *buñuelos*, and jalapeno and cream cheese-filled *bolillos*. More people are buying sweet snacks and meals to go, so Super Carnicería Los Alamos makes products that meet this demand.

In the fall and winter months, during



holiday season, Ortega, the baker, gears up for the big crowds who will visit the bakery by making samples of *pan de muerto* in late October and *rosca de reyes* leading up to the first week of January. He makes three types of *pan de muerto*, satisfying every type of customer.

“The Christmas holiday is when they consume more of the bread we make,” says Rodriguez. “Our baker has started making dinner rolls for Christmas, which are very popular as individual rolls or sold in bags. These are the ways we continue to increase our business.” **P**



MANTECADAS

MIX: Mix the batter following the directions provided on each bag of Trigal Dorado Mantecada de Mantequilla Mix for a small batch.

MAKE UP: Regular cups: Line muffin tins with Trigal Dorado Red Baking Cups. Deposit 2 ounces of batter into the cups. Chino cups: Line muffin tins with Trigal Dorado

Chino Baking Cups. Deposit 3 ounces of batter into the cups. Garnish the tops with Westco Sweet Flake Coconut or chopped pecans.

BAKE: Bake at 380°F for 10 minutes in a rack oven. Lower the temperature to 350°F and keep baking until firm to the touch (approx. 20 minutes more).

BAKEMARK PRODUCTS USED

- #31622 Trigal Dorado Mantecada de Mantequilla Mix 50 LB
- #17067 BakeSense Premium Salad Oil 35 LB
- #41278 Trigal Dorado Red Baking Cup 4.5"
- #41275 Trigal Dorado Red Chino Baking Cup
- #08779 Westco Flake Sweet Coconut 10 LB



CARAMEL PECAN ROLLS

MIX: Mix the dough following the directions provided on the bag of Westco Cinnamon Roll Mix for a small batch. Use your thermometer to achieve a finished dough temperature of 80°F. Bundle and let the dough rest for 45 minutes.

CINNAMON FILLING

Blend together the following ingredients on low speed until the mixture forms small crumbles: 4 LB Westco Ultra Rich Crème Cake Mix, 1 LB brown sugar, 12 ounces butter or margarine, 1 ounce BakeSense Ground Cinnamon

MAKE UP: Sheet the dough

¼" thick by 18" wide. Brush lightly with water. Sprinkle on the cinnamon filling mixture. Roll the dough into logs. Cut them into 2 ounce pieces. In a full sheet baking pan, smear a layer of Best Brands Karmel Hon-E-Roll Glaze about 1/8" thick. Use a pan extender if you have one. Cover the glaze with diced pecans. Place 35 cut pieces of dough on top of the pecans.

PROOF AND BAKE: Proof for approx. 30 minutes until ¾ of final size in a proof box set to 100°F/80%. Bake at 335-365°F or until light golden brown. Immediately

BAKEMARK PRODUCTS USED

- #09901 Westco Cinnamon Roll Mix 30 LB
- #11644 Westco Ultra Rich Creme Cake Mix 50 LB
- #53583 Best Brands Karmel Hon-E-Roll Glaze 45 LB
- #35179 Trigal Dorado Fresh Yeast 25 LB
- #08008 Westco Honey Pectin Glaze 22 LB

ALTERNATE PRODUCTS USED

- #38260 Westco Vanilla Creme Cake Mix 50 LB



upon removing from the oven carefully turn the pan upside down and away from you. Leave the pan on for approx. 1 minute until all the glaze drips on the buns. Remember that the glazed side will form the top of the rolls. Remove the pan with care.

Note: The rolls may take longer to bake because the glaze will insulate the rolls from the heat and they won't brown as quickly.

FINISH: After the cinnamon rolls have cooled, finish by brushing with Westco Honey Pectin Glaze.

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 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 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 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.



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

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.

©2019 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 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

SPRINKELINA®

Añadiendo alegría al mundo de la panadería.

Glasado Brillante Llamar la atención con tus pasteles y satisfacer los antojos dulces de tus clientes son dos claves para tener una línea de pastel y repostería exitosa - ¡y los glaseados brillantes de Sprinkelina® ofrece ambas cosas! Disponible en colores brillantes y deliciosos sabores, los glaseados de Sprinkelina rinden un brillo que hará que tus creaciones resalten.



Rojo Cereza



Verde Limón



Rosa Fresa



Naranja Chabacano



Azul Arándano



Transparente Neutral



Amarillo Mango



Escanea con tu smartphone para obtener más información

Disponible de tu proveedor de panadería completa

BAKEMARK

yourbakemark.com