

BAKEMARK'S

PANADERÍA

SUPPLEMENT TO BAKE

SEPTIEMBRE 2021

Orgullo y Autenticidad

Pride and Authenticity

English



version starts on page

30

¿Listo para crecer? Confía en los líderes con...
las mejores mezclas de panadería.

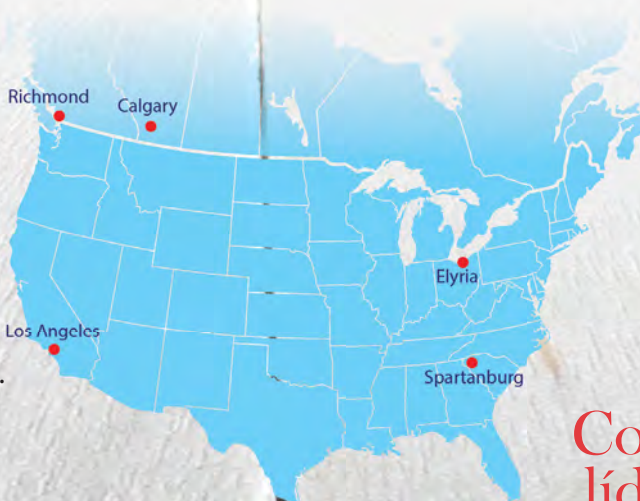


En BakeMark, somos los líderes en mezclas. Todo, desde mezclas para pastel tres leches y pastel de crema hasta mezclas para bolillo y bizcocho – ofrecemos la mejor calidad y la más amplia gama disponible. ¿Por qué conformarse con el segundo o tercer lugar? ¡Confía en los líderes comprobados! Comunícate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

 www.bakemark.com
 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!

La versión en
Inglés
comienza en la página

30



CONTENIDO

- 6 PAN Y HORNEO
- 9 PASTELES Y DECORACIONES
- 12 ORGULLO Y AUTENTICIDAD
- 18 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.

EL ÉXITO REQUIERE IMAGINACIÓN

Qué buena inspiración se logra al darle un vistazo más cercano a las innovadoras panaderías en Las Vegas que brindan un creativo desarrollo de productos y comercialización a los consumidores en este mercado único. En esta edición de Panadería de BakeMark, brindamos información y soluciones prácticas de las panaderías que operan en una ciudad que atrae a 42 millones de visitantes cada año y continúa evolucionando.

Una de las lecciones más importantes que se pueden extraer de esta edición es

la importancia de conocer a sus clientes y ofrecer productos y servicios excepcionales que satisfagan sus necesidades específicas. El éxito requiere imaginación y no un enfoque común.

BakeMark está comprometido con la innovación y su éxito continuo. Le recomendamos que se comunique con su representante de ventas local de BakeMark y visite www.bakemark.com 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 PRIDE AND AUTHENTICITY
- 40 BAKERY PROFILES
- 50 FEATURED RECIPES

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

SUCCESS REQUIRES IMAGINATION

What a refreshing sight it is to take a closer look firsthand at innovative panaderías in Las Vegas bringing creative product development and marketing to consumers in this unique marketplace. In this issue of BakeMark's *Panadería*, we provide insights and practical solutions from panaderías operating in a city that attracts 42 million visitors each year and continues to rebound.

One of the most important lessons to take away from this issue is the importance of knowing your customers and delivering exceptional products and services that meet their specific needs. Success requires imagination, not a cookie cutter approach.

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

Very Best Regards,
Your BakeMark Team



AMPLIANDO NUESTRO FUTURO

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



LA CONVENIENCIA SUBE A LA CIMA

A medida que se acerca la temporada navideña, dos importantes herramientas están creciendo en importancia en su búsqueda por brindar el mejor servicio posible a los clientes: opciones de empaque y de conveniencia.

La conveniencia es la principal, especialmente en el negocio del pan, y utilizando los productos exclusivos de BakeMark como BakeSense Sup-R-Rise Frozen Concentrated Yeast, Westco y la línea Best Brands de mezclas de pan, bases y mejoradores, y nueces y semillas BakeSense, usted puede crear sus propias obras maestras de pan que harán que los clientes vuelvan por más.

Las bases de pan Westco y Best Brands son muy populares, especialmente en el otoño, cuando las personas anhelan

un sabor más generoso en sus panes. La base en sí crea una corteza y un color de miga atractivos a la vista. Mejorarlos con semillas y nueces BakeSense los llevarás a la cumbre.

También es importante reconocer las tendencias de que los consumidores comen bocadillos más que nunca, especialmente los milenios y la Generación Z, según Sally Lyons Wyatt, vicepresidenta ejecutiva y líder de práctica de Information Resources, Inc. Ella predice que la categoría de bocadillos crecerá un 3% al 4% en 2021, lo que dijo que probablemente era una estimación muy conservadora.

Con la gente atrapada en casa durante el 2020, compraron bocadillos de tamaños más grandes ya que no

salían mucho. Algunos han regresado a la oficina, mientras que otros todavía están en casa. Y ha surgido un modelo de trabajo híbrido, con empleados en la oficina un par de días a la semana y en casa el resto. Esto significa que los fabricantes deben ser lo suficientemente flexibles para proporcionar tamaños más grandes y más pequeños para acomodar esta variedad de necesidades de los consumidores.

Comunicaciones sobre las prácticas comerciales sostenibles es una buena manera de atraer el interés de los más jóvenes, que son apasionados por el tema, dijo. Y todo el mundo sólo quiere divertirse un poco a través de la innovación o las experiencias.

“El sesenta y siete por ciento de los consumidores quiere bocadillos que sean divertidos; cifra que subió tres puntos en dos años,” dijo Lyons Wyatt. “Al 52 por ciento de los consumidores les gusta comer bocadillos que agregan entusiasmo a su dieta diaria. Eso subió tres puntos más en dos años. El 51% de los consumidores busca experiencias de bocadillos auténticas o únicas, un aumento de siete puntos en dos años.”

SEMILLAS DE NUEZ

Como una solución conveniente y sabrosa de BakeMark, las nueces y semillas proporcionarán a los panaderos casi cualquier tipo de semilla que se les pueda ocurrir poner encima del pan: semillas de amapola, semillas de sésamo y semillas de calabaza, por nombrar algunas. Intente combinar las semillas de



calabaza con cualquiera de las bases de pan de BakeMark.

Además, la levadura concentrada congelada BakeSense Sup-R-Rise Frozen Concentrated Yeast es conveniente porque puede permanecer congelada y tiene una vida útil de 2 años, lo que significa que puede abastecerse y no preocuparse por que se agote. No sólo eso, sino que la tasa de conversión de la levadura concentrada le ayudará a ahorrar tiempo y dinero a largo plazo.

Si aún desea seguir con la combinación tradicional de pan y rellenos, aún puede ofrecer pan y bollos recién hechos con las convenientes mezclas de BakeMark. Las mezclas Trigal Dorado Bolillo Mix y Best Brands Supersoft Bread & Bun Base son tan fáciles de usar y le permiten ahorrar tanto tiempo que estará sirviendo pan fresco en un dos por tres.

OPCIONES POR INTERNET

Viendo hacia el futuro, el negocio de comestible tradicional ha detenido más o menos el sangrado del año pasado, y ha capitalizado el comercio electrónico y lo utilizará como una herramienta para recuperar participación de mercado dentro del canal de conveniencia, según Jim Hertel, vicepresidente senior de desarrollo de clientes - analítica, Inmar Intelligence.

Se espera que la participación del comercio electrónico en las ventas totales de alimentos en los supermercados se duplique en los próximos 5 años del 8.5% al 17% para 2025.

“Vemos al comercio electrónico como el motor del crecimiento de aquí en adelante,” dice Hertel.



Según un seminario web de IDDBA con el presidente de Category Partners, Adam Brohimer,

quien abordó las tendencias de compra de comestibles por Internet y el impacto de los productos perecederos, el comercio electrónico estaba en aumento antes de COVID y “COVID fue como agregar combustible al fuego,” dice Brohimer.

Hoy en día, el 34% de los consumidores compra comestibles por Internet y otro 30% son compradores híbridos – compran por Internet y en la tienda.

Para julio de 2021, el 96% de los compradores de comestibles todavía compran en persona. Pero el 23% son compradores por Internet de productos frescos de panadería.

Además, el concepto está acaparando una mayor parte del floreciente mercado de entregas.

“La tienda no es la amenaza,” dijo Bill Bishop, arquitecto jefe de Brick Meets

Click. “La verdadera amenaza...es la captura de los clientes de comestibles por Internet que favorecen la entrega.”

CEREALES INTEGRALES

Los cereales integrales son otro componente clave del futuro del pan y de los bocadillos. Casi tres de cada cinco encuestados en la encuesta de granos integrales de 2021 de Oldways Whole Grains Council dijeron que comen las cantidades diarias recomendadas de granos integrales, una cantidad mucho más alta que la reportada en las Pautas Dietéticas para los estadounidenses en 2020.

Cuando se les preguntó si eligieron opciones de granos integrales al menos la mitad del tiempo, el 59% de los encuestados dijo que sí. Los porcentajes fueron más altos para la Generación Z y los milenios con un 64%, los padres de niños de hasta 12 años con un 67%, los consumidores conscientes de la salud con un 74% y los consumidores de plantas con un 77%, es decir, los consumidores



no eliminan los productos de origen animal sino que se centran en comer principalmente plantas como frutas, verduras, cereales integrales y legumbres.

Cada vez más consumidores eligen cereales integrales por motivos de sabor y sostenibilidad, según la encuesta. La salud, con un 82%, fue la principal razón por la que los encuestados dijeron que estaban eligiendo cereales integrales. El sabor fue el segundo con un 38%. Cuando se les preguntó qué consideraban las barreras para el consumo de granos integrales, el sabor fue el primero con un 33%, que fue un descenso del 42% en 2018. El costo fue el segundo en 2021 con 29%. **P**



Perfección en *cada grano*



Harinas Estándares con Patente

Dakota Champion/Dakota Diamond/Miller's Choice

Harinas con Patente a Corto Plazo

Dakota Pride/Bakers Pride/Dakota Maid

Harina Clara

Dakota Warrior

Harinas con Patente a Largo Plazo

Dakota Brave

Harinas Especiales

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

Harinas Orgánicas

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

Harinas con Alto Contenido de Gluten

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

Descubra la diferencia de North Dakota

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

CERTIFICADA FSSC 22000

NORTH
Dakota
Be Legendary.™



OPCIONES DE SABORES DE *Otoño*

Uno de los principales atractivos de las especias de calabaza parece ser el ahora famoso café con leche y especias de calabaza. Pero como panadero, usted ya sabe que la temporada de especias de calabaza significa mucho más que un simple café con leche.

Con BakeMark, usted ya sabe que tiene tantas opciones que se preguntará por dónde empezar. Con la temporada de especias de calabaza acercándose rápidamente, su primer enfoque debe ser decidir exactamente cuáles serán sus ofertas este otoño.

Comience con BakeSense Pumpkin y BakeSense Pumpkin Pie Spice. Combinados con la línea de mezclas para panadería de BakeMark, su creatividad puede desenvolverse libremente para llenar su vitrina de panadería este año.

Con todas las opciones disponibles en BakeMark, el mundo de las especias de calabaza está a su alcance. Cree pasteles,

pays u otras ideas fuera de lo común y ofrezca algo distintivo. No reduzca la calidad de sus productos este otoño. Recuerde, BakeMark ofrece calidad y versatilidad, todo en uno, así que láncese y cree su propio paraíso de especias de calabaza.

ESTILOS POPULARES

Si realmente quiere fascinar a sus clientes de pasteles, es importante mantenerse al tanto de las últimas tendencias de consumo. JackandBeyond.com recientemente realizó un análisis utilizando Instagram para seleccionar los estilos de pastel más populares en Estados Unidos.

Los pasteles de goteo son el pastel más publicado en Instagram con un impresionante 3,350,306 hashtags. El pastel desnudo (2,803,434) ocupa el segundo lugar, seguido por los pasteles de mármol (581,067) en tercer lugar. Los pasteles asimétricos (41), esculturales (197)





y gelatinosos (317) se encuentran entre las tendencias de diseño de pasteles que están creciendo en popularidad.

Hecho rociando una ganache o glaseado sobre la parte superior del pastel para que corra por los bordes, los pasteles de goteo claramente han tomado al mundo por sorpresa, ya que hay 88,000 búsquedas mensuales en Google.

En segundo lugar son los pasteles desnudos con un total de 2,803,434 hashtags hasta la fecha. Si es alguien a quien le gusta un pastel sencillo, esta es la tendencia para usted, ya que el pastel está relleno de crema de mantequilla entre las capas, pero tiene poco o ningún glaseado por los lados.

En tercer lugar se encuentra el pastel de mármol con 581,067 hashtags en Instagram. Este diseño se ha actualizado a lo largo de los años de ser un simple remolino de dos masas de pastel diferentes a un fondant vetado e incluso mármol de efecto goteado. Con 70,000 búsquedas mensuales

en Google, parece que no se desaparecerá repentinamente.

Completando los cinco primeros lugares están los pasteles 3D (481,558 hashtags en Instagram) y los diseños de pasteles ombre (260,432), lo que nos muestra que nos hemos alejado de los diseños tradicionales.

Apenas apareciendo en los primeros 20 es el pastel cargado con 14,198 hashtags en Instagram. Este pastel es definitivamente para los golosos, ya que a menudo viene repleto de donas, macarrón y chocolates encima.

También entre los favoritos están los pasteles de papel de oblea en el puesto 19 (18,008 hashtags en Instagram) y los pasteles que desafían la gravedad en el 18avo (18,474). Ambos diseños son excelentes opciones para las personas que desean un pastel espectacular.

¿Qué tendencias de diseño de pasteles están creciendo en popularidad?

Si bien actualmente tiene una escasa cantidad de sólo 41 publicaciones, los

pasteles asimétricos tendrán un impacto más grande en el mundo de los pasteles, según JackandBeyond.com. Este diseño requiere habilidades serias: con diferentes tamaños de niveles de pastel colocados uno sobre la orilla del otro, un movimiento en falso podría hacer que este pastel se caiga.

Desde Baby Yoda hasta extravagantes copias de obras de arte populares, los pasteles esculturales (197 hashtags) también están haciéndose conocer en Instagram, así como los pasteles de gelatina (317). Ambos pasteles requieren una gran atención a los detalles, así como habilidad para llevarlos a cabo.

PASTEL DE NATILLA DE VAINILLA

¿Cuántos sabores se le ocurren que se pueden combinar con casi cualquier cosa, o incluso se pueden convertir en otra cosa? No hay muchas opciones, pero aquí hay una idea innovadora de BakeMark. Comience con la deliciosa vainilla.



BakeMark ofrece una crema de natilla de vainilla que se puede usar en cualquier cosa, desde pasteles hasta productos dulces y más. Es posible que no se reconozca debido al nombre, pero el relleno de crema Westco Snot Block Crème Filling es exactamente lo que necesita para brindar versatilidad a su cocina con un solo producto.

Este relleno único es una herramienta increíble para tener en su arsenal de panadería porque puede ayudarlo a producir productos impresionantes que harán que sus clientes regresen una y otra vez. Aunque el nombre puede resultar un poco divertido, piense hasta dónde lo puede llevar. Confíe en BakeMark; no es un postre típico.

BakeMark también ofrece una excelente línea de sabores Westco como fresa, coco, naranja y más. Con el otoño a la vuelta de la esquina, el sabor Westco Almond es perfecto para crear pasteles, postres rellenos, pays y más. **P**

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™



ORGULLO Y *Autenticidad*



Una cosa es claramente evidente al visitar las panaderías en Las Vegas, donde usted descubrirá una increíble colección de distintos panes y pasteles hispanos con sabores auténticos y presentados por los dueños de las panaderías con orgullo y respeto.

“Le ofrecemos respeto a todos,” exclama Alejandro Díaz, propietario de Tri Color Bakery, una panadería popular en Las Vegas desde que abrió en 2004. “Tratamos de hacer lo mejor que podemos.”

En Tri Color, uno de los productos más populares es un pastel distintivamente único conocido como el cuatro-en-uno, que ofrece la deliciosa combinación de cuatro capas de pastel de chocolate, flan, pastel de queso y pastel tres leches. Una rebanada

está convenientemente empaquetada en un envase de una porción, lo que hace que este postre sea fácil de disfrutar.

“Este es uno de los pasteles más populares que vendemos,” señala Díaz.

En Vegas Bakery, otra panadería popular en la ciudad, donde abrió hace nueve años, los amantes de la panadería vienen de todas partes para comprar los increíbles postres auténticos, como el pastel mil hojas. Este elaborado pastel se distingue por sus capas de hojaldre en el interior, que son creadas con cuidado por los panaderos quienes trabajan diligentemente para brindar pasteles increíbles que son tan hermosos como saben.

“A la gente le encanta nuestros sabores auténticos que nuestros panaderos se



esfuerzan por crear,” señala Luis Trejo, propietario de Vegas Bakery.

En La Favorita, los clientes locales vienen a disfrutar de los deliciosos panes y pasteles que se elaboran con cuidado todos los días. Hay muchas delicias por descubrir, como la carlota de cajeta, un querido postre hispano hecho con café, cajeta y leche condensada.

“Creamos muchos pasteles y panes que encantan a nuestros clientes. Están regresando más clientes,” dice Virginia Cazañas de La Favorita.

MIRANDO HACIA EL FUTURO

Una de las cosas importantes a tener en cuenta es cómo los consumidores están reaccionando en cuanto a salir a cenar en el

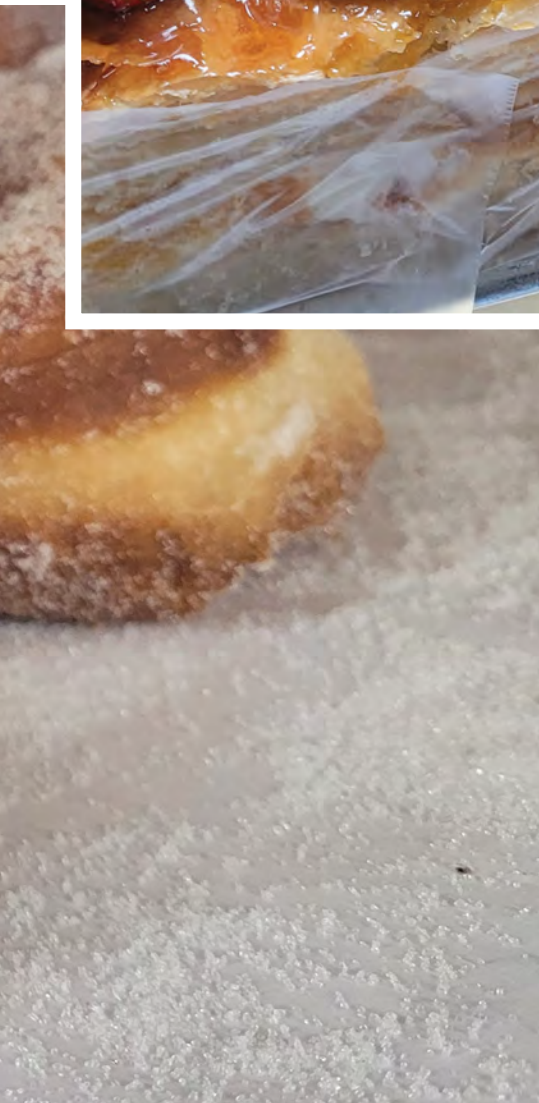
mundo posterior a la pandemia de Covid, y una de las tendencias más influyentes es el regreso a los hábitos familiares.

Culinary Visions recientemente lanzó una nueva perspectiva de The Mindful Dining Initiative centrada en los consumidores de la era de la pandemia, que investiga los factores que favorecen a la cultura del café en los Estados Unidos. Esta iniciativa ha encuestado a más de 8,800 consumidores en los últimos siete años con nuevos conocimientos recopilados recientemente a medida que los consumidores luchan por encontrar su equilibrio en un mundo que continúa buscando una nueva normalidad posterior a la pandemia.

Muchas de las prácticas que capturaron a los clientes devotos han demostrado ser fuertes motivadores para mantener a los clientes leales interesados en sus lugares favoritos. Los aspectos de valor más allá del precio que fueron apreciados por los consumidores antes de la pandemia son aún más importantes hoy, ya que los clientes de hoy regresan con entusiasmo a los hábitos que han perdido durante más de un año.

“Los cafés están en una posición sólida para darle la bienvenida a sus clientes a una nueva normalidad que tiene muchas de las características que han extrañado y aún anhelan más allá de su bebida favorita,” dijo Sharon Olson, directora ejecutiva de Culinary Visions. “Estos clientes esperan





regresar a lugares que han participado en el cuidado de sus comunidades en tiempos difíciles sin perder de vista la importancia de asegurar una vida sostenible para todos los involucrados en traerles esta experiencia.”

Algunos aspectos destacados de The Mindful Dining Initiative que se centraron en las comidas fuera de casa pueden ser particularmente significativos para apuntar a un futuro fuerte para la cultura del café.

ÉTICA GASTRONÓMICA

A medida que se permite comer en las locaciones en todo el país, los consumidores de hoy se expresan eligiendo operaciones en función de algunos de los comportamientos que observaron durante el año pasado. Más de la mitad (53%) de los consumidores encuestados dijeron

que han cambiado los restaurantes que frecuentan en función de cómo se ha atendido a los empleados durante estos tiempos difíciles. El 77% está optando por patrocinar restaurantes que apoyaron a la comunidad local en lugar de aquellos que no se involucraron. El 75% dice que le gusta patrocinar operaciones que apoyan las causas en las que creen.

ABASTECIMIENTO CON CONSCIENCIA

Los operadores de cafés a menudo atienden a los clientes que están especialmente interesados en comprender el origen de sus cafés favoritos y cómo todos los involucrados en traerles sus favoritos pueden ganarse la vida de manera sostenible. El 79% de los consumidores en esta encuesta dijo que quieren saber tanto



como sea posible sobre los alimentos que están comiendo.

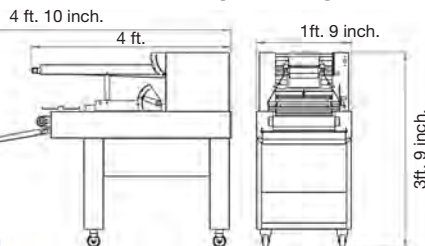
El 62% de los consumidores encuestados dijo que buscan restaurantes que ofrezcan alimentos producidos de manera responsable. El 63% dijo que prefiere pedir elementos del menú que indican de dónde provienen los ingredientes, especificando no sólo el país o la región de origen, sino también las granjas específicas. Un indicador importante es que el 64% dice que estaría dispuesto a pagar más por alimentos producidos de manera ética.

CONEXIÓN PERSONAL

La cultura del café ofrece a los clientes la oportunidad de estar rodeados de personas, ya sea que participen activamente en una conversación o se concentren en trabajar en un ambiente agradable. Incluso los consumidores que disfrutaron de su soledad antes de la pandemia realmente extrañaron la conexión humana a medida que la pandemia avanzaba más allá de lo esperado. El 67% de los participantes de la encuesta dijo que extrañaban estar cerca de otras personas, y el 74% dijo que estaban ansiosos por volver a conectarse con sus amigos en los restaurantes. **P**

■ EQUIPO BOLILLERO COMPACTO

BREAD MOLDER FORMER



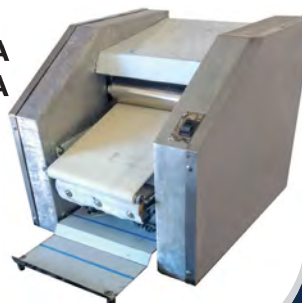
■ DEPOSITADORA

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



■ BOLILLERA CUERNERA DE MESA

Table top French Rolls & Croissant Former



■ NUEVO HORNO ROTATIVO

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



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 financiación.





*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

 information@bakemark.com

BAKEMARK

Shaping the Future Together®





VEGAS BAKERY

2041 N JONES BOULEVARD
 LAS VEGAS, NEVADA
 (702) 685-0221
 LUIS TREJO, PROPIETARIA



Uno de los primeros pasos hacia la creación de un negocio de panadería minorista exitoso comienza con una presentación maravillosa. Los consumidores compran primero con sus ojos y luego eligen lo que quieren. Los expertos en la comercialización minorista suelen enfatizar la importancia del atractivo visual.

En Vegas Bakery, esta estrategia es evidente en cada sección de la tienda. Inmediatamente al entrar, lo recibirán visiones coloridas y apetitosas de flan de coco, rompope de tres leches y mil hojas, disponible con una variedad de rellenos como el durazno (melocotón). Las opciones de sabor que se exhiben

son asombrosas, desde pasteles de pistacho hasta capuchino tres leches, así como magdalenas de Oreo, moca, fresa y de helado. Hay más de una docena de opciones de sabores de pastel tres leches, y hay muchas opciones de pasteles de queso, todos hechos a mano todos los días.

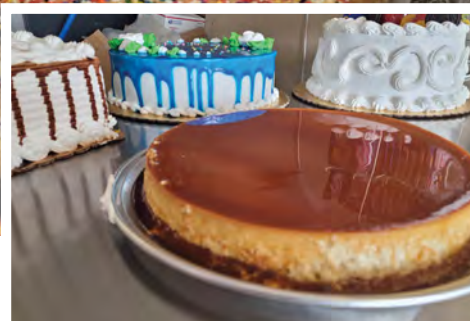
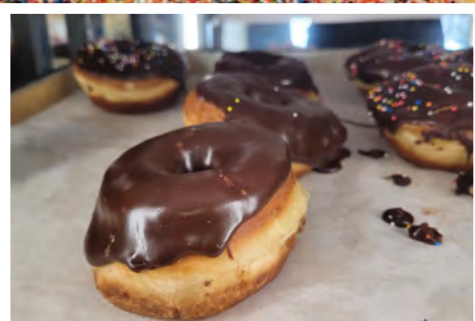
“Nos va muy bien, durante toda la pandemia,” comenta humildemente Luis Trejo, propietario de Vegas Bakery, que abrió por primera vez hace nueve años.

En la sección de decoración de pasteles, un decorador trabaja en un pastel para el cuarto cumpleaños de una niña. El pastel destaca un gran moño color rosa, con abejorros amarillos y negros y figuras de

niñas con diferentes atuendos coloridos, todos hechos con fondant y arte de azúcar. El intrincado detalle es una maravilla.

Otro decorador trabaja en un pastel de queso cubierto con fresas y moras frescas, destacando una declaración fresca y sabrosa para otro cliente feliz.

Los compradores de productos de panadería se entusiasman con las deliciosas y frescas opciones de pasteles y repostería disponibles aquí, y los pasteles de cumpleaños y para las ocasiones especiales son conocidos por todos los alrededores. Este es verdaderamente un lugar especial con una continua dedicación a la excelencia. **P**



TRI COLOR BAKERY

1951 N DECATUR BOULEVARD
LAS VEGAS, NEVADA
(702) 646-0068
ALAJANDRO AND ALVARO DIAZ, PROPIETARIA



Personas de todo el sur de California vienen a Tri Color Bakery para comprar delicias exclusivas como el pastel 4-en-1 (pastel de chocolate, flan, pastel de queso y pastel tres leches) y panes dulces tradicionales como conchas en varios sabores, galletas de tamaño grande y pupusas hechas con harina de maíz. Los clientes devotos le dan sus mejores recomendaciones.

La autenticidad es lo que los distingue aquí. Originarios de Jalisco, México, Alejandro Díaz y Álvaro Díaz abrieron su panadería en Las Vegas en 2004, en

un momento en que los clientes locales tenían cada vez más hambre de más sabores hispanos.

Los propietarios comenzaron poco a poco con panes dulces familiares y luego gradualmente agregaron pupusas y pasteles.

“Poco a poco, comenzamos a hacernos más populares y a producir nuevos productos,” explica Alejandro Díaz.

Uno de sus productos distintivos ha sido la quesadilla salvadoreña. Los panaderos la preparan de la manera tradicional como un pastel con queso y auténticos sabores deliciosos.

Para las fiestas, como la Navidad y el Día de la Madre, diligentemente preparan pasteles especiales y panes dulces. Los clientes están satisfechos con la amplia variedad de opciones y tamaños. Los pasteles pueden ser tan pequeños como de 8 pulgadas y los compradores se entusiasman con los excelentes sabores. Los fanáticos devotos de esta panadería especial la consideran una joya escondida.

“Nos encanta hacer productos que sean especiales para la gente,” dice Alejandro Díaz. **P**



PANADERÍA, Y PASTERÍA LATINA

6122 W CHARLESTON BOULEVARD
LAS VEGAS, NEVADA
(702) 870-7720
MISAEI ROMERO, PROPIETARIA

Los deliciosos sabores de El Salvador están disponibles en una de las panaderías hispanas más populares en Las Vegas, Panadería & Pastelería Latina.

Los panaderos siguen recetas y técnicas del viejo mundo para hacer la auténtica semita alta. Se forma un volcán con la harina y en el centro se forma un agujero donde se coloca la margarina, la levadura, los huevos, la mitad del azúcar, la sal y el agua. Los ingredientes se mezclan y luego se amasa la masa. La masa se deja reposar durante varias horas en un lugar cálido, permitiendo que la masa duplique su tamaño.

El marquesote es otra especialidad aquí. El marquesote es uno de los favoritos en la cocina salvadoreña: un pastel tradicional hecho con ingredientes simples - huevos, azúcar y harina.

“Nuestros pasteles y panes son muy populares para el Día de la Madre, el Día del Padre y otros días festivos durante todo el año,” señala Misael Romero, el dueño de Panadería & Pastelería Latina, que ha estado en el negocio en una ubicación en Las Vegas durante 20 años.

La quesadilla salvadoreña es, por supuesto, un alimento básico para los

clientes de esta popular panadería. Este pilar salvadoreño es un rico pastel relleno de queso que es perfecto con una taza de té o café.

Los panes tradicionales hispanos como las conchas, elotes, bigotes y más son los pilares de la panadería, que depende de BakeMark para obtener ingredientes de primera calidad para elaborar sus productos diarios.

“Nos encanta BakeMark porque son consistentes todas las semanas,” dice Romero. **P**





LA FAVORITA MARKET

573 E TWAIN AVENUE
LAS VEGAS, NEVADA
(702) 331-2100
VIRGNIA CAZAÑES, LEONARDO MENDOZA,
ROSANGELA VELASCO

“**B**akeMark siempre presenta nuevos productos. Eso nos está ayudando a atraer más clientes,” dice Virginia Cazañas de La Favorita Market,

Los clientes de toda la vida se refieren a esta tienda minorista como uno de los mejores mercados hispanos de la zona. Los propietarios abrieron su primera ubicación hace ocho años. Ahora hay dos tiendas. Las tiendas de alimentos exhiben la sensación de un negocio familiar, y todo el personal es amable, conocedor y siempre dispuesto a ayudar a los clientes. Lo que los compradores aprecian es que esta tienda ofrece muchos de los productos frescos difíciles de encontrar.

En la panadería, las conchas son unas de las favoritas, disponibles en varios sabores y siempre frescas al gusto.

Muchos productos se envasan para la conveniencia y seguridad alimentaria. Las gelatinas están disponibles en muchos

sabores y los flanes se preparan todos los días desde cero.

Los pasteles tres leches están disponibles tanto enteros como en rebanadas, que están convenientemente empaquetadas en envases cuadradas.

Galletas, pancitos, panes dulces y muchas más especialidades están en completa exhibición dentro de las vitrinas. El niño envuelto (disponible en fresa o cajeta) y los yo-yos son grandes y abundantes, deleitando a los clientes con la colorida variedad disponible todos los días.

“También hacemos muchos productos especiales como la rosca de reyes para las fiestas y otras ocasiones especiales,” explica Cazañas. **P**





PANADERÍA DON BERNA

2162 N LAMB BOULEVARD

LAS VEGAS, NEVADA

(702) 410-4709

YOLANDA FRANCO AND JAIR OCHOA, PROPIETARIA

Los pachucos son uno de los productos especiales más populares en Panadería Don Berna, que se basa en los sabores auténticos y la consistencia del producto para que los clientes vuelvan todos los días por más. Los pachucos se rellenan con fresa y se cubren con virutas de coco, creando una maravillosa sensación de sabor.

“A la gente le encanta los sabores auténticos que tenemos para ofrecer,” exclama Yolanda Franco, dueña de la panadería con su esposo, Jair Ochoa.

Abrieron su panadería en Las Vegas hace dos años debido a la creciente demanda por la repostería hispana tradicional. Franco señala que tuvieron la suerte de trabajar con BakeMark para brindar consistencia y autenticidad que sus clientes esperan a diario.

“BakeMark juega un papel importante en nuestro éxito,” dice con una sonrisa de orgullo.

Además, las redes sociales han jugado un papel importante en su éxito. Cada vez más consumidores visitan los sitios de redes sociales, especialmente Instagram, donde Panadería Don Berna tiene una presencia cada vez mayor. El atractivo visual de Instagram permite a los clientes obtener una imagen más clara de los variados sabores deliciosos disponibles en la panadería, que actualiza el sitio con fotos claras de los múltiples productos que producen.

Las redes sociales juegan un papel fundamental en la comercialización de la temporada de fiestas, lo que permite a la Panadería Don Berna planificar con mayor anticipación las ocasiones clave en noviembre, diciembre y enero.

“Hacemos mucho negocio con la rosca de reyes,” dice Franco. “Ese es un día importante para nosotros.” **P**



STRUDELS DE CALABAZA

MEZCLA: Prepare el relleno de calabaza mezclando 4 LB de calabaza enlatada BakeSense, 8 oz. Migajas de galletas Westco Graham, 14 oz. Crema completa condensada azucarada BakeSense y 1 oz. Especias para pastel de calabaza de Westco. Mezclar a velocidad baja hasta que se combinen.

INVENTAR: Coloque una hoja de masa de hojaldre BakeQwik en la mesa frente a usted. Asegúrese de que el lado largo quede perpendicular a usted. Corta la hoja por la mitad horizontalmente con un cuchillo muy afilado. Luego, corte la hoja verticalmente tres veces para hacer 8 piezas rectangulares iguales. Coloque 2 oz. de mezcla de relleno de calabaza en la mitad inferior de cada tira. Lava los bordes con agua. Tire de la

mitad superior de cada tira sobre la mitad con el relleno de calabaza y selle suavemente los bordes.

Lave con huevo la parte superior de los strudels, teniendo cuidado de que el huevo no gotee por los lados. Espolvorea generosamente la parte superior con azúcar glass. Corta cinco ranuras en la parte superior de cada strudel con unas tijeras. Transfiera los strudels a bandejas para hornear forradas con papel. Déjelos reposar durante 30 minutos antes de hornear.

HORNEAR: Hornee en un horno a 375 ° F durante 20 minutos hasta que los lados también se hayan dorado para evitar que se derrumbe.

TERMINAR: Después de sacarlo del horno, cepille



BAKEMARK PRODUCTS USED

19766 BakeQwik Gourmet Puff Sheets 15 x 23
51808 BakeSense Canned Pumpkin
08832 Westco Graham Cracker Crumbs
51802 BakeSense Sweet Condensed Full Cream
09273 Westco Spice Pumpkin Pie
08017 Westco Neutral Sparkle Glaze

ALTERNATE PRODUCT USED

20007 BakeQwik Puff Pastry Sheets 15 x 23

inmediatamente con Westco Neutral Sparkle Glaze derretido

a 180 ° F para obtener un brillo y una vida útil máximos.

PAN DE MUERTO

MEZCLA: Prepare la masa de Pan de Muerto usando la receta a continuación.

MASA DULCE FESTIVA
5 lb de mezcla de Trigel Dorado Bizcocho
1 libra 12 oz de agua
3 oz de levadura fresca Trigel Dorado
3 oz de margarina morada Trigel Dorado Bizcocho
3.5 oz de naranja Westco Fruit-O
0.5 oz de canela en polvo BakeSense
Mezcle la masa con un gancho para masa a velocidad media hasta que esté completamente desarrollada con una temperatura de masa terminada u 80 ° F para obtener el máximo sabor y volumen. Deje reposar la masa 15 minutos.
INVENTAR: Prepara todas las piezas:
Pan: Escale en 4 piezas de 1 LB 4 oz. cada. Redondea y coloca

en un molde forrado con papel (2 a 3 panes por molde). Huesos: Escala 12-2 oz. piezas para los huesos. Enrolle los trozos con las manos en leños delgados lo suficientemente largos como para estirarlos por la parte superior de cada pan. Pellizque la masa en 5 a 6 lugares diferentes a lo largo de cada tronco para formar los huesos.

Calaveras: Escala 4 - 0.5 oz. piezas. Enróllelos en bolitas. Unte cada pan con huevo batido. Estire los trozos de hueso largo por todo el pan, distribuyéndolos uniformemente e intersecándolos en el medio. Coloque las bolitas de masa por separado en los moldes por el momento.

PRUEBA Y HORNEO: Deje reposar casi a tamaño completo durante 45 a 60 minutos. Después de fermentar, coloque

las calaveras centradas en la parte superior de cada pan. Espolvoree algunas semillas de sésamo BakeSense si lo desea. Hornee a 330-360 ° F hasta que estén ligeramente dorados

por aprox. 22-30 minutos dependiendo del tipo de horno. Después de hornear, cubra con azúcar granulada simple o rosa mientras aún está caliente si lo desea.

BAKEMARK PRODUCTS USED

30782 Trigel Dorado Bizcocho Mix
34942 Trigel Dorado Margarine Purple
35179 Trigel Dorado Fresh Yeast
12445 Westco Orange Fruit-O
73138 BakeSense Spice Cinnamon Ground

ALTERNATE PRODUCT USED

48285 Trigel Dorado Concha 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



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

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



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

Convenience RISES TO THE TOP

As the holiday season approaches, two important tools are gaining importance in your quest to provide the best possible service to customers: packaging and convenience options.

Convenience is king, especially in the bread business, and using BakeMark's signature products like BakeSense Sup-R-Rise Frozen Concentrated Yeast, Westco and Best Brands line of bread mixes, bases and improvers, and BakeSense nuts and seeds, you can create your very own bread masterpieces that will keep customers coming back for more.

Westco and Best Brands bread bases are very popular, especially in the fall when people are craving a hearty flavor in their breads. The base itself already creates an eye-appealing crust and crumb color. Enhancing it with BakeSense seeds & nuts will take it over the top.

It's also important to recognize the trends that consumers are snacking more than ever, especially millennials

and Gen Z, according to Sally Lyons Wyatt, executive vice president and practice leader for Information Resources, Inc. She is predicting that the snack category will grow 3% to 4% in 2021, which she said was likely a very conservative estimate.

With people stuck at home from work and school in 2020, they bought larger sizes of snacks since they weren't as mobile.

Some have returned to the office, while others are still at home. And a hybrid working model has emerged, with employees in the office a couple of days each week and at home the rest. This means manufacturers need to be flexible enough to provide both larger and smaller sizes to accommodate this variety of consumer needs.

Messaging around sustainable business practices is a good way to draw the interest of younger snackers who are passionate about the subject, she said. And everyone just wants to have a little fun through innovation or experiences.

"Sixty-seven percent of consumers want snacks that are fun to eat; up three points in two years," Lyons Wyatt said. "Fifty-two percent of consumers like to eat snacks that



add excitement to their daily diet. That's up three points in two years. Fifty-one percent of consumers look for authentic or unique snack experiences, up seven points in two years."

NUTS & SEEDS

As a convenient and flavorful solution from BakeMark, nuts and seeds will provide bakers with just about any type of seed you'd think to put on top of bread: poppy seeds, sesame seeds, and pumpkin seeds, to name a few. Try pairing pumpkin seeds with any of BakeMark's bread bases.

In addition, BakeSense Sup-R-Rise Frozen Concentrated Yeast is convenient because it can stay frozen and has a 2-year shelf life, meaning you can stock up and not worry about running out. Not only that, but the conversion rate on the concentrated yeast will help save you time and money in the long run.

If you still want to stick to the traditional bread and fillings combo, you can still



offer fresh-made bread and buns using BakeMark's convenient mixes. Trigo Dorado Bolillo Mix and Best Brands Supersoft Bread & Bun Base are so easy to use and save you so much time, you'll be dishing out fresh bread in no time.

ONLINE OPTIONS

Going forward, traditional grocery has more or less stopped the bleeding from the past year, and it has capitalized on ecommerce and will use that as a tool to regain market share within the convenience channel, according to Jim Hertel, senior vice president of client development – analytics, Inmar Intelligence.

Ecommerce's share of total food sales at supermarkets is expected to double in next 5 years, 8.5% to 17% by 2025.

"We see ecommerce as the growth driver, moving forward," Hertel says.

According to an IDDBA webinar featuring Category Partners president Adam Brohimer, who addressed online grocery shopping trends and the impact for perishables, ecommerce was on the rise prior to COVID, and "COVID was like adding rocket fuel to the fire," Brohimer says.



Today, 34% of consumers shop for groceries online, and another 30% are hybrid shoppers – online and instore.

By July 2021, 96% of consumer grocery shoppers still walk through the door. But 23% are online buyers of fresh bakery.

Further, the concept is grabbing a larger share of the burgeoning online delivery market.

"The store is not the threat," said Bill Bishop, chief architect at Brick Meets Click. "The real threat...is capture of online grocery customers who favor delivery."

WHOLE GRAINS

Whole grains are another key component of the future of bread and snacking. Nearly three out of five respondents in the 2021 whole grains survey from the Oldways

Whole Grains Council said they eat the recommended daily amounts of whole grains, a much higher number than reported in the Dietary Guidelines for Americans 2020.

When asked whether they chose whole grain options at least half the time, 59% of respondents said yes. The percentages were higher for Gen Z and millennials at 64%, parents of children up to age 12 at 67%, health-conscious consumers at 74% and plant-based eaters at 77%, meaning consumers who do not eliminate animal products but focus on eating mostly plants like fruit, vegetables, whole grains and legumes.

More consumers are choosing whole grains for taste and sustainability reasons, according to the survey. Health, at 82%, was the main reason respondents said they were choosing whole grains. Taste was second at 38%. When asked what they considered barriers to whole grain consumption, taste was first at 33%, which was down from 42% in 2018. Cost was second in 2021 at 29%. **P**





Fall

FLAVOR OPTIONS

One of the main draws of pumpkin spice always seems to be the now-famous pumpkin spice latte. But as a baker, you already know that pumpkin spice season goes far beyond a simple latte.

With BakeMark, you already know you have so many options that you'll find yourself wondering where to start. With the pumpkin spice season rapidly approaching, your first focus should be to decide exactly what your offerings will be this fall.

Start with BakeSense Pumpkin and BakeSense Pumpkin Pie Spice. Pairing these with BakeMark's line of bakery mixes, your creativity can run wild to fill your bakery case this year.

With all the options available from BakeMark, the pumpkin spice world is right at your fingertips. Create cakes, pies, or other ideas outside the box and create

something all your own. Don't shortchange the quality of your products this fall. Remember, BakeMark offers quality and versatility all in one, so get out there and create your own pumpkin spice paradise.

POPULAR STYLES

If you truly want to dazzle your cake customers, it is important to stay in the loop on the latest consumer trends. JackandBeyond.com recently conducted an analysis using Instagram to select the most popular cake styles in America.

Drip cakes take the title of the most Instagrammed cake design with a whopping 3,350,306 hashtags. Naked (2,803,434) comes in second place, followed by marble cakes (581,067) in third place. Asymmetrical (41), sculptural (197) and jelly island cakes (317) are among cake design trends that are on the rise.





Made by drizzling a ganache or glaze over the top of the cake so it runs down the edges, drip cakes have clearly taken the world by storm – as there are 88,000 Google searches monthly.

Following behind in second place are naked cakes with a total of 2,803,434 hashtags to date. If you're someone that likes a simple cake this is the trend for you, as the cake is filled with buttercream between the layers but has little to no frosting on its sides.



In third place is the marble cake with 581,067 Instagram hashtags. This design has upgraded over the years from a simple swirl of two different cake batters to marbled fondant and even dripped on marble effects. With 70,000 monthly Google searches, it seems that it won't be going anywhere anytime soon.

Completing the top five are 3D cakes (481,558 Instagram hashtags) and ombre cake designs (260,432), showing us that we have moved away from the traditional designs.

Just making it into the top 20 are loaded cakes with 14,198 Instagram hashtags. This cake is definitely one for the sweet tooth as it often comes packed with doughnuts, macarons and chocolates on top.

Also among favorites are wafer paper cakes in 19th place (18,008 Instagram hashtags) and gravity-defying cakes in 18th (18,474). Both of these designs are great choices for people who want a show-stopping cake.

Which cake design trends are on the rise?

While currently scarce with only 41 posts, asymmetrical cakes are set to become bigger in the cake world, according to JackandBeyond.com. This design takes serious skills – with different sized cake tiers sitting on the edge of each other, one wrong move could see this cake toppling over.

From Baby Yoda to extravagant remakes of popular art pieces, sculptural cakes (197 hashtags) are also starting to have their

moment on Instagram, as well as jelly island cakes (317). Both cakes require serious attention to detail as well as skill to pull off.

VANILLA CUSTARD CAKE

How many flavors can you think of that will pair with just about anything, or can even be made into something else? There aren't many options, but here is an innovative idea from BakeMark. Start with delicious vanilla.

BakeMark features a vanilla crème custard that you can use in anything from cakes to sweet goods and more.

You may not recognize it at first glance due to the name, but Westco Snot Block Crème Filling is exactly what you need to provide versatility in your kitchen with a single product.

This unique filling is an amazing tool to have in your bakery arsenal because it can help you produce awe-inspiring products that will keep your customers coming back again and again. Although the name might be a little funny, see just how far you can take it. Trust BakeMark; it's not your typical dessert.

BakeMark also offers a great line of Westco flavors like strawberry, coconut, orange, and more. With fall around the corner, Westco Almond flavor is perfect for creating cakes, filled desserts, pies and more. **P**



PRIDE AND *Authenticity*



One thing is clearly evident upon visiting the panaderías of Las Vegas, where you will discover an amazing collection of distinct Hispanic breads and pastries featuring authentic flavors and presented by the bakery owners with pride and respect.

“We offer respect for everybody,” exclaims Alejandro Diaz, an owner of Tri Color Bakery, a popular panadería in Las Vegas since it opened in 2004. “We try to do the best we can.”

At Tri Color, one of the more popular items is a distinctly unique cake, known as

the four-in-one, which features the delicious combination of four layers of chocolate cake, flan, cheesecake and tres leches cake. One slice is conveniently packaged in a single clamshell container, making this dessert simple to enjoy.

“This is one of the most popular cakes we sell,” Diaz points out.

At Vegas Bakery, another popular panadería in the city, where it opened nine years ago, bakery lovers come from all around to purchase the amazing authentic desserts, such as mil hojas cake. This elaborate cake is distinguished by its flaky



layers inside, which are created with care by the bakers here, who work diligently to provide amazing cakes that are as beautiful as they taste.

“People love our authentic flavors that our bakers work hard to create,” points out Luis Trejo, owner of Vegas Bakery.

At La Favorita, local patrons come to enjoy the delicious breads and pastries, which are made with care fresh daily. There are many treats to discover, such as carlota de cajeta, a beloved Hispanic dessert made with coffee, cajeta and condensed milk.

“We create many pastries and breads that our customers love. More customers are





coming back,” says Virginia Cazañas of La Favorita.

LOOKING AHEAD

One of the important things to watch is how consumers are responding to dining out in the post-Covid pandemic world, and one of the most influential trends is a return to familiar habits.

Culinary Visions recently released new insight from The Mindful Dining Initiative focused on pandemic era consumers, which delves into factors that favor the coffee café culture in the United States. This initiative

has surveyed over 8,800 consumers in the past seven years with new insight collected recently as consumers grapple with finding their balance in a world that continues to seek a post pandemic new normal.

Many of the practices that captured devoted customers have proven to be strong motivators to keep loyal customers engaged with their favorite places. Aspects of value beyond price that were appreciated by consumers pre-pandemic are even more important today as today’s patrons enthusiastically embrace the habits that they have missed for more than a year.



“Coffee cafes are in a strong position to welcome their customers back to a new normal that has many of the features they have missed and still crave beyond their favorite beverage,” said Sharon Olson, executive director of Culinary Visions. “These customers are looking forward to returning to places that have taken part in caring for their communities in difficult times without losing sight of the importance of assuring a sustainable living for everyone involved in bringing this experience to them.”

Some highlights from the Mindful Dining Initiative that focused on away from home dining can be particularly meaningful in pointing to a healthy future for the café culture.

DINING ETHICS

As on-premise dining opens up across the country, today’s consumers are expressing themselves by choosing operations based on some of the behaviors they observed during the past year. More than half (53%) of consumers surveyed said they have changed the restaurants they patronize based on how employees have been taken care of during these difficult times. 77% are choosing to patronize restaurants that supported the local community over those that did not get involved. 75% say they like to patronize operations that support causes they believe in.

MINDFUL SOURCING

Coffee café operators often serve customers that are uniquely interested in understanding the origin of their favorite brews and how everyone involved in bringing their favorites to them is able to make a sustainable living. 79% of the consumers in this survey said that they want to know as much as possible about the food that they are eating.

62% of consumers surveyed said that they seek out restaurants that offer responsibly produced foods on their



menus. 63% said they prefer to order menu items that tell them where the ingredients come from, specifying not just the country or region of origin, but specific farms. An important indicator for the business is that 64% say they would be willing to pay more to order ethically produced meals.

PERSONAL CONNECTION

The café culture offers patrons the opportunity to be around people whether actively engaged in conversation or focused on working in a convivial environment. Even consumers who enjoyed their solitude pre-pandemic really missed human connection as the pandemic wore on beyond expectations. 67% of survey participants said they have missed being around other people, and 74% said they were looking forward to reconnecting with their friends in restaurants. **P**



THUNDERBIRD



Since 1978

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



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



Planetary Mixers
 10qt up to 200 qt Capacity



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



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



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



Spiral Mixers
 Capacity from 88lbs to 440lbs of Dough

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



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

4602 Brass Way, Dallas, TX 75236
 TEL: 214-331-3000; 866-7MIXERS; 866-875-6868; 866-451-1668
 FAX: 214-331-3581; 972-274-5053
 WEBSITE: www.thunderbirdfm.com; 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; tbfmdallas@hotmail.com



VEGAS BAKERY

2041 N JONES BOULEVARD
 LAS VEGAS, NEVADA
 (702) 685-0221
 LUIS TREJO, OWNER



One of the first steps toward creating a successful retail bakery business starts with wonderful presentation. Consumers shop with their eyes first, and then make a choice on what they will purchase. Retail merchandising experts often stress the importance of visual appeal.

At Vegas Bakery, this strategy is readily apparent in every section of the store. As you walk inside, immediately, you are welcomed by colorful and appetizing visions of flan de coco, *tres leches* Rompopo (a rich eggnog liqueur), and mil hojas, available with assorted filling flavors like peach. The flavor options on display are

astounding, ranging from pistachio to cappuccino *tres leches* cakes, as well as Oreo, mocha, strawberry, and sundae cupcakes. There are more than a dozen choices of *tres leches* cake flavors, and there are many options of cheesecakes, all made by hand daily.

“We are doing very well – all the way through the pandemic,” Luis Trejo, owner of Vegas Bakery, which first opened nine years ago, remarks humbly.

In the cake decorating section, a decorator works on a fourth birthday cake for a young girl. The cake features a large pink bow, with yellow and black bumble

bees, and figurines of young girls wearing different colorful outfits – all made from fondant and sugar art. The intricate detail is an amazing sight to see.

Another decorator works on a cheesecake topped with plump fresh strawberries and blackberries – showcasing a fresh and flavorful statement for another happy customer.

Bakery shoppers rave about the delicious, fresh options of cakes and pastries available here, and the birthday and special occasion cakes are known for miles around. This is truly a special place with a continued dedication to excellence. **P**



TRI COLOR BAKERY

1951 N DECATUR BOULEVARD
LAS VEGAS, NEVADA
(702) 646-0068
ALEJANDRO AND ALVARO DIAZ, OWNERS



People from all across Southern California come to Tri Color Bakery for signature treats such as 4-in-1 cake (chocolate cake, flan, cheesecake and tres leches cake) and traditional sweet breads like conchas in multiple flavors, large sized galletas, and pupusas made with cornmeal flour. Devoted customers give it their highest recommendations.

Authenticity is the signature here. Originally from Jalisco, Mexico, Alejandro Diaz and Alvaro Diaz opened their bakery store in Las Vegas in 2004, at a time when local customers were increasingly hungry from more Hispanic flavors.

The owners started small with familiar sweet breads and then gradually added pupusas and cakes.

“Little by little, we started getting more popular and making new products,” Alejandro Diaz explains.

One of their signatures has become quesadilla salvadoreña. The bakers make it the traditional way as a cheese pound cake with authentic delicious flavors.

For the holidays, such as Christmas and Mother’s Day, they diligently prepare special cakes and sweet breads. Customers are happy with the wide variety of options and sizes. Cakes can be as small as 8 inches, and shoppers rave about the great flavors. Devoted fans of this special bakery consider it a hidden gem.

“We love to make products that are special for the people,” Alejandro Diaz says. **P**



PANADERÍA, Y PASTERERÍA LATINA

6122 W CHARLESTON BOULEVARD
LAS VEGAS, NEVADA
(702) 870-7720
MISAEI ROMERO, OWNER

The delicious flavors of El Salvador are available at one of the most popular Hispanic bakeries in Las Vegas, Panadería & Pastelería Latina.

Bakers follow old-world recipes and techniques to make authentic semita alta. A volcano is formed with the flour and in the center a hole is formed where the margarine, yeast, eggs, half the sugar, salt and water are placed. The ingredients are mixed, followed by kneading of the dough. The dough is left to rest for several hours in a warm place, allowing the dough to double in size.

Marquesote is another specialty here. Marquesote is a favorite in Salvadoran cuisine – a traditional cake made from simple ingredients: eggs, sugar and flour.

“Our cakes and breads are very popular for Mother’s Day, Father’s Day and other holidays throughout the year,” points out Misael Romero, the owner of Panadería & Pastelería Latina, which has been in business at one Las Vegas location for 20 years.

Quesadilla salvadoreña is, of course, a staple for customers of this popular panadería. This Salvadoran mainstay is a rich, cheese-filled pound cake which is perfect with a cup of tea or coffee.

Traditional Hispanic breads like conchas, elotes, bigotes, and more are mainstays at the bakery, which depends on BakeMark for premium quality ingredients to make their daily products.

“We love BakeMark because they are consistent every week,” Romero says. **P**





LA FAVORITA MARKET

573 E TWAIN AVENUE

LAS VEGAS, NEVADA

(702) 331-2100

VIRGNIA CAZAÑES, LEONARDO MENDOZA,

ROSANGELA VELASCO

“BakeMark is always introducing new items. That is helping us bring in more customers,” says Virginia Cazañas at La Favorita Market

Longtime customers refer to this retail store as one of the best Hispanic markets in the area. The owners opened their first location eight years ago. Now there are two stores. The food stores exhibit the feel of a family-owned business, and all of the staff are friendly, knowledgeable, and always happy to help customers. What shoppers appreciate is this store carries a lot of the hard-to-find fresh products.

In the bakery, conchas are a regular favorite, available in multiple flavors and always fresh to the taste.

Many products are packaged for convenience and food safety. Gelatins are available in many flavors, and flans are prepared every day from scratch.

Tres leches cakes are available both as whole cakes and slices, which are conveniently packaged in square clamshells.

Cookies, muffins, sweet breads, and many more specialties are in full display behind glass cases. Niño envuelto (available in strawberry or cajeta) and yo-yos are big and bountiful, delighting customers with the colorful variety available every day.

“We also do many special products like rosca de reyes for holidays and other special occasions,” Cazañas explains. **P**





PANADERÍA DON BERNA

2162 N LAMB BOULEVARD

LAS VEGAS, NEVADA

(702) 410-4709

YOLANDA FRANCO AND JAIR OCHOA, OWNERS

Pachucos are one of the more popular specialty items at Panadería Don Berna, which relies on authentic flavors and product consistency to keep customers coming back every day for more. Pachucos are filled with strawberry and topped with coconut shavings, creating a wonderful taste sensation.

“People love the authentic flavors that we have to offer,” exclaims Yolanda Franco, who owns the bakery with her husband, Jair Ochoa.

They opened their Las Vegas bakery two years ago, in response to growing demand for traditional Hispanic pastries. Franco points out that they were blessed to work with BakeMark to provide the consistent and authenticity that their customers come to expect on a daily basis.

“BakeMark plays a major part of our success,” she says with a proud smile.

In addition, social media has played an important role in their success. Increasing numbers of consumers are visiting social media sites, especially Instagram, where Panadería Don Berna has a growing presence. The visual appeal of Instagram enables customers to get a clearer image of the many delicious flavors available at the bakery, which updates the site with clear photos of the many products they make.

Social media plays a pivotal role in holiday merchandising, enabling Panadería Don Berna to plan further ahead in advance for key occasions in November, December and January.

“We do a lot of business with rosca de reyes,” Franco says. “That is a big day for us.” **P**



PUMPKIN STRUDELS

MIX: Prepare the pumpkin filling by mixing 4 LB BakeSense Canned Pumpkin, 8 oz. Westco Graham Cracker Crumbs, 14 oz. BakeSense Sweetened Condensed Full Cream and 1 oz. Westco Pumpkin Pie Spice. Mix on low speed until combined.

MAKE-UP: Place one BakeQwik Puff Pastry sheet on the table in front of you. Make sure that the long side is perpendicular to you. Cut the sheet in half horizontally with a very sharp knife. Then cut the sheet vertically three times to make 8 equal rectangular pieces.

Place 2 oz. of pumpkin filling mixture on the bottom half of each strip. Wash the edges with water. Pull the top half of

each strip over the half with the pumpkin filling and gently seal the edges.

Egg wash the tops of the strudels, being careful not to let the egg wash drip over the sides. Sprinkle the tops generously with crystal sugar. Cut five slits in the top of each strudel with a pair of scissors. Transfer strudels to paper lined baking trays. Let them rest for 30 minutes before baking.

BAKE: Bake in a 375°F oven for 20 minutes until the sides have also browned to prevent collapsing.

FINISH: After removing from oven, brush immediately with Westco Neutral Sparkle Glaze melted to 180°F for maximum shine and shelf life.



BAKEMARK PRODUCTS USED

19766 BakeQwik Gourmet Puff Sheets 15 x 23
 51808 BakeSense Canned Pumpkin
 08832 Westco Graham Cracker Crumbs
 51802 BakeSense Sweet Condensed Full Cream
 09273 Westco Spice Pumpkin Pie
 08017 Westco Neutral Sparkle Glaze

ALTERNATE PRODUCT USED

20007 BakeQwik Puff Pastry Sheets 15 x 23

PAN DE MUERTO

MIX: Prepare the Pan de Muerto dough using the recipe below.
FESTIVE HOLIDAY SWEET DOUGH

5 lb Trigel Dorado Bizcocho Mix
 1 lb 12 oz Water
 3 oz Trigel Dorado Fresh Yeast
 3 oz Trigel Dorado Bizcocho Margarine Purple
 3.5 oz Westco Orange Fruit-O
 0.5 oz BakeSense Ground Cinnamon

Mix the dough using a dough hook on medium speed until it is fully developed with a finished dough temperature or 80°F for maximum flavor and volume. Let dough rest 15 minutes.

MAKE-UP: Prepare all of the pieces:

Bread: Scale into 4 pieces of 1 LB 4 oz. each. Round up and place on a paper lined pan (2 to 3 breads per pan).

Bones: Scale 12 - 2 oz. pieces for the bones. Roll the pieces by hands into thin logs long

enough to be stretched across the top of each bread. Pinch the dough at 5 to 6 different places along each log to form the bones.

Skulls: Scale 4 - 0.5 oz. pieces. Roll them into small balls. Brush each bread with egg wash. Stretch the long bone pieces across the entire bread, distributing them evenly and intersecting them in the middle. Place the small dough balls separately on the pans for the time being.

PROOF AND BAKE: Proof to almost full size for 45 to 60 minutes After proofing place the skulls centered on top of each bread. Sprinkle some BakeSense Sesame Seeds if desired. Bake at 330-360°F until light golden brown for approx. 22-30 minutes depending on your oven type. After baking, coat with plain or pink granulated sugar while still warm if desired.

BAKEMARK PRODUCTS USED

30782 Trigel Dorado Bizcocho Mix
 34942 Trigel Dorado Margarine Purple
 35179 Trigel Dorado Fresh Yeast
 12445 Westco Orange Fruit-O
 73138 BakeSense Spice Cinnamon Ground

ALTERNATE PRODUCT USED

48285 Trigel Dorado Concha 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 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.



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.



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.

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

REPRINTS, PHOTOCOPY PERMISSION
Requests for reprints of articles should be sent to reprints@sosland.com 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

¿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.