



BAKEMARK'S

PANADERÍA

SUPPLEMENT TO BAKE

SEPTIEMBRE 2022

Dando atención al valor

**Bringing value to front
and center**

English

version starts on page

32

¿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

BAKE MARK

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 version en
Inglés
comienza en la pagina
32



06



10



14

CONTENIDO

- 6** PAN Y HORNEO
- 10** PASTELES Y DECORACIONES
- 14** DANDO ATENCIÓN AL VALOR
- 18** PERFILES DE PANADERÍAS
- 30** RECETAS DESTACADAS

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

TAMAÑO DE PORCIÓN

En un estudio innovador en una convención reciente de panadería y alimentos frescos, se reveló que la mayoría de los hogares en los Estados Unidos tiene sólo una o dos personas. Si bien esta investigación no refleja la totalidad, sí indica la dirección en la que nos dirigimos — hogares más pequeños y la creciente importancia de los productos de panadería para llevar.

En esta edición de Panadería de BakeMark, que presenta panaderías familiares alrededor de Chicago y Milwaukee, destacamos productos innovadores y estrategias de comercial-

ización que atraen a los compradores de todo tipo — desde hogares de una sola persona hasta familias que buscan una amplia variedad de selecciones apetitosas.

Es importante que las panaderías reconozcan los cambios en sus comunidades locales y apelen a una variedad de demandas.

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

32



32



36



38

CONTENTS

- 32 BREAD & BAKING
- 36 CAKES & DECORATING
- 38 BRINGING VALUE TO FRONT & CENTER
- 42 BAKERY PROFILES
- 50 FEATURED RECIPES

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

PORTION SIZING

In a groundbreaking study at a recent bakery and fresh food convention, it was revealed that a majority of households in America have just one or two people. Although this research is not reflective of the whole, it does shed light on the direction we are heading – smaller households and the rising importance of grab-and-go bakery items.

In this issue of BakeMark's Panadería, featuring family-owned panaderías in neighborhoods around Chicago and Milwaukee, we put the spotlight on innovative products and

merchandising strategies that appeal to shoppers of every type – from the single households to the families looking for a wide variety of appetizing selections.

It is important that panaderías recognize the changing face of their local neighborhoods and appeal to a variety of demands.

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



EN CADA PASO DEL CAMINO

Estamos totalmente comprometidos a apoyar a nuestros cultivadores y al futuro éxito de sus granjas. A través de estas relaciones profundas, aprendemos unos de los otros para progresar y mejorar la forma en que entregamos la harina de primera que han llegado a esperar nuestros clientes.





MOLDEANDO PANES PARA LA

temporada de otoño

Dar forma a la masa de pan es una ciencia tradicional que se perfecciona diariamente en las panaderías de todo el país, incluyendo El Rey Foods, un minorista familiar de cuatro tiendas en Milwaukee, Wisconsin, desde 1978.

El gerente de la panadería de El Rey, César Morales, y el panadero Jesús López se concentran en dar forma a las barras de masa durante todo el día, perfeccionando el proceso para los clientes.

A fines de septiembre, El Rey promueve el Mes de la Herencia Nacional Hispana, que continúa hasta el 15 de octubre, y regularmente pone la atención en los

panes festivos. Cada semana, la empresa de supermercados promociona los Viernes de Fiesta (Fiesta Fridays) en línea en su página de Facebook, llamando la atención a las especiales como los churros de Nutella.

En La Luz Bakery en Round Lake, Illinois, el propietario Esteban Montes señala que les va "extremadamente bien" con el Pan de Muerto desde finales de octubre hasta principios de noviembre.

"Vemos más interés por los panes dulces durante el otoño," dice Montes. "Hacemos todo tipo de formas: panes redondos, rectangulares." Los panes en

forma de cuerpos humanos son muy populares para los Días de los Muertos el 1 y 2 de noviembre.

SABORES TRADICIONALES

La línea hispana Trigal Dorado de BakeMark ofrece lo mejor de los sabores tradicionales. Entonces, a medida que la industria se acerca a la temporada del Día de los Muertos, utilice Bizcocho Mix y produzca el Pan de Muerto para aumentar sus ventas.

La comunidad hispana participará próximamente en su tradicional celebración de otoño para honrar a los



miembros de la familia que han fallecido. El Día de los Muertos, la celebración de varios días, es toda una celebración ¡y con esa celebración viene la comida! El más notable de estos alimentos es el Pan de Muerto. Con un ligero sabor a ralladura de naranja, este pan dulce hispano tiene piezas en forma de hueso que adornan la parte superior.

Aquí hay algunos pasos de preparación a seguir:

Pan: Divida en 4 piezas de 1 LB 4 oz. cada una. Redondee y coloque en una charola forrada con papel (2 a 3 panes por charola).

Huesos: Divida 12 piezas de 2 oz. cada una para los huesos. Enrolle las piezas con las manos en piezas delgadas lo suficientemente largas como para

estirarlas sobre la parte superior de cada pan. Pellizque la masa en 5 a 6 lugares diferentes a lo largo de cada pieza para formar los huesos.

Calaveras: Divida 4 piezas de 0.5 oz. cada una. Enróllalas en bolitas pequeñas.

Cubra cada pan con lavado de huevo. Estire las piezas de los huesos a lo largo de todo el pan, distribuyendo de manera uniforme y cruzándolas en el medio. Coloque las pequeñas bolas de masa por separado en los moldes por el momento.

DESARROLLAR Y HORNEAR

Desarrollar hasta que alcance el tamaño casi completo durante 45 a 60 minutos. Después, coloque las calaveras centradas encima de cada pan. Espolvorea algunas semillas de sésamo BakeSense si lo desea. Hornee a 330-360°F hasta que esté ligeramente dorado durante aprox. 22-30 minutos, dependiendo de su tipo de horno. Después de hornear, cubra con azúcar granulada regular o de color rosa mientras aún está caliente si lo desea.

El Pan de Muerto se caracteriza por una forma redonda con una textura suave parecida a un bollo. Tradicionalmente, la parte superior del Pan de Muerto representa la tumba de los difuntos.

Para la decoración, se usa el exceso de masa para crear una forma de calavera sobre la corteza. La receta del Pan de Muerto es tan básica como otros panes dulces, con el añadido de anís molido.

Para la capa de glaseado, los panaderos baten una mezcla sencilla de azúcar con jugo de naranja y ralladura de cáscara de naranja. Cuando el Pan de Muerto está listo para hornear, untan ligeramente la corteza con el glaseado de sabor naranja.

OPCIONES DE PAN DULCE

Con origen en España y países latinoamericanos, los buñuelos son similares a una versión en masa de los

alimentos fritos rebozados. La gente a menudo los sirve con una variedad de ingredientes; sin embargo, a los mexicanos les gusta usar el jarabe de piloncillo (jarabe de azúcar de caña sin refinar) para los buñuelos, según lacademie.com.

En México, los buñuelos se sirven de manera diferente, ya que suelen agregar un poco de anís a la masa. Cuando se sirvan, los vendedores rociarán un poco de azúcar en polvo adicional sobre los buñuelos. El buñuelo es más común durante la Navidad o Las Posadas, del 16 al 24 de diciembre.

La masa de buñuelos es una mezcla sencilla de harina para todo uso con agua tibia, polvo de hornear y sal. Puede usar un topping sencillo de azúcar y canela.

Sólo necesita alrededor de 60 segundos para freír los buñuelos por cada lado para que tomen un color marrón dorado.

SABORES DE OTOÑO

Se sabe que los sabores de otoño son cálidos y acogedores. BakeMark recomienda los sabores de calabaza y canela combinados con colores vibrantes como la manera perfecta de marcar el comienzo de la nueva temporada.

Estos deliciosos sabores no tienen que limitarse sólo al postre. BakeMark también ofrece semillas de calabaza que pueden ayudarle a hacer deliciosas hogazas de pan y otras delicias horneadas para celebrar la temporada.

BakeMark también ofrece una mezcla de Westco para panecillos de canela. Esta mezcla le permitirá preparar increíbles delicias para el desayuno de forma rápida y sencilla sin sacrificar la calidad. Además, BakeSense Pumpkin es el complemento perfecto para los panecillos de calabaza que también serán un éxito para el desayuno.

Durante el feriado del Día de los Muertos (del 31 de octubre al 2 de noviembre), los mexicanos honran a sus



seres queridos que han fallecido y les dejan ofrendas en sus tumbas o en altares hechos en casa. Aunque esta tradición originalmente tiene sus raíces en las partes central y sur del país, las familias ahora celebran la festividad en todo México, e incluso en otros países, según la bloguera de comida hispana Mely Martínez.

Las ofrendas que se dejan para los muertos suelen consistir en lo que esa persona disfrutó cuando estaba viva. Además de la comida y bebida favorita del difunto, también se coloca como ofrenda una hogaza de Pan de Muerto. Entonces, además de ser un delicioso

pan dulce, lo que hace único al Pan de Muerto es su papel especial en esta importante ceremonia.

Si bien los miembros de la familia son quienes comen físicamente el Pan de Muerto, se cree que cuando el espíritu regresa durante el Día de los Muertos, puede nutrirse de la “esencia” del pan (y cualquier otra ofrenda) que se dejó para él o ella.

En cuanto a la forma, hay innumerables historias y explicaciones diferentes, pero la mayoría dirá que las piezas que forman una cruz simbolizan los huesos de los muertos. Encima del pan hay una pequeña bola o protuberancia, algunos dicen que es una lágrima, que representa

las lágrimas derramadas por los muertos. Otros dicen que representa una calavera, mientras que otros dicen que representa el corazón.

El Pan de Muerto se puede encontrar cubierto con azúcar blanca, azúcar roja, semillas de sésamo, gragea o simplemente untado con un lavado de huevo.

El pan también viene en diferentes formas. Dependiendo del área, puede encontrar el Pan de Muerto con forma de figuras de personas, animales o en forma de luna creciente. Los ingredientes y el sabor del pan también pueden cambiar, pero la mayoría de las veces es un pan pesado con levadura con sabor a naranja y/o anís.

Este pan dulce cubierto de azúcar también lleva “huesos”, elaborados con la misma masa, que representan los huesos de los muertos. Algunas personas lo comerán mientras visitan las tumbas de los familiares desaparecidos, así como otros alimentos que eran sus favoritos mientras vivían.

31 DE OCTUBRE

Las familias se reunirán para recordar a los seres queridos que fallecieron a lo largo del día. Este es también un día en el que muchas comunidades mexicanas se reúnen y ambos comparten sus recuerdos de amigos, familiares y otras personas que conocieron mientras comen y depositan ofrendas en los altares caseros.

En la noche del 31 de octubre, hay un ritual tradicional llamado “alumbrado” en el cual la gente se reúne para encender velas en ambos lados de sus casas. De esa manera, cuando regresan de visitar las tumbas de sus familiares durante todo el día, pueden ver su camino hacia casa hasta la mañana. Simboliza la partida de los espíritus al cielo durante el día, así como una oración para ayudarlos a regresar a salvo a casa antes del amanecer, si es posible.

02 DE NOVIEMBRE

Este día comienza con misas en las iglesias o los templos seguidas de más eventos comunitarios como desfiles en los pueblos con bailarines enmascarados.

El Día de los Muertos está lleno de tradición y celebración. Es fácil para cualquiera que desee aprender más sobre la cultura mexicana o simplemente disfrutar de la comida y la música con miembros de la familia durante todo el día. Querrá asegurarse de no perderse este día porque es un evento que debe ser tanto divertido como informativo.

MEZCLAS TRADICIONALES

Con la ayuda de la línea Trigal Dorado de BakeMark, las panaderías ayudan a los clientes a celebrar esta festividad especial y tradicional en un dos por tres. Es tan fácil como agregar agua, levadura

y margarina a las mezclas y meterlas al horno. Con la demanda que usted tendrá, esta mezcla que ahorra tiempo le brindará Pan de Muerto consistente, de calidad y auténtico.

Hay una variedad de mezclas de pan hispano tradicional para elegir. Desde bizcocho hasta mantecadas, todas estas delicias harán que sus clientes sonrían con deleite.

BakeMark se esfuerza por ayudar a mantener vivas estas importantes tradiciones hispanas. No todos los panaderos están íntimamente familiarizados con las tradiciones panaderas hispanas y mexicanas, pero la línea Trigal Dorado de BakeMark lo simplifica sin sacrificar la calidad y brinda los sabores auténticos para que pueda brindarle a su comunidad pan que pueden seguir compartiendo juntos. **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™

TENDENCIAS

de Pasteles de Boda



Después de dos años de restricciones relacionadas con el Covid, la temporada de bodas regresa en grande en 2022.

En La Luz Bakery en Round Lake, Illinois, el propietario Esteban Montes señala que las bodas son una parte creciente de su negocio familiar de panadería, que abrió hace 22 años.

“Nuestros clientes quieren pasteles que tengan un diseño más elaborado,” dice Montes. “Es posible que los tamaños de los pasteles se hayan reducido un poco, todavía hacemos muchos pasteles de 3 y 4 niveles, pero nuestros clientes quieren más formas diferentes y muchas decoraciones.”

En el año pasado se vio un gran aumento en las bodas en Estados Unidos a medida que se implementaron las vacunas y se redujeron los mandatos. Según el principal recurso de bodas, The Knot, este año se espera la mayor cantidad de bodas en la historia reciente con 2.6 millones. Las parejas y los profesionales de bodas continúan adaptándose priorizando la salud y la seguridad para seguir adelante con las celebraciones, incluyendo las que se pospusieron a partir de 2020.

Es de destacar que el 98 por ciento de los que se casarán en 2022 confían en que su boda se llevará a cabo según lo programado. El 81 por ciento de las parejas implementará al menos una medida de salud o seguridad el día de su boda, como tener desinfectante para manos disponible o exigir que los invitados se vacunen.

Se proyecta que el número promedio de invitados en 2022 regrese a los números anteriores a la pandemia a 129 (131 invitados en 2019).

Las panaderías están conscientes de estas tendencias y se están ajustando a esta demanda.

“Trabajamos duro para complacer a nuestros clientes,” dice el dueño de La Luz Bakery. “Nuestro negocio de pasteles de boda es realmente bueno. Ahí tenemos mucho éxito.”



Tendencias en el tamaño de los pasteles
Los mini pasteles y los postres individuales, que fueron muy populares en 2021, seguirán siendo un pilar fundamental. No sólo son seguros para los invitados, sino que permiten a las parejas elegir una variedad de sabores en lugar de decidirse por uno solo.

Muchas parejas pueden pedir un pastel de un solo piso para poder hacer el corte de pastel ceremonial, pero luego completan el menú con tres o cuatro postres que los invitados pueden disfrutar en porciones individuales, según una investigación de The Knot.

Las porciones individuales en las bodas no se limitan a los postres. El 2021 vio un aumento en las porciones individuales, como tablas de embutidos individuales y cócteles enlatados. Las parejas se inclinan

por alimentos individuales mejorados, como charolas de postres.

En cuanto a la decoración de los pasteles de boda y los temas que se utilizarán, ha habido un regreso a los colores llamativos en las bodas y esa tendencia se extiende a los pasteles de boda.

Para aquellos que buscan combinar el pastel de boda con un tema general, una buena sugerencia es replicar los patrones vistos en otras partes de la boda, como en un vestido de novia o parte de la mantelería. Esto crea más cohesión dentro del diseño general de la boda y las parejas obtienen un pastel que se siente más personalizado para ellos.

Otra forma de arreglar un pastel de boda es usar flores prensadas. Esta ha sido una tendencia popular durante algunos años y continúa siendo extremadamente útil en



la decoración. Dada la tendencia hacia los colores llamativos, las flores prensadas son una excelente opción que puede agregar una variedad de tonos a una confección escalonada.

Tendencias de sabor

Las frutas cítricas y las bayas, como las limas, las naranjas, los arándanos y las frambuesas, son cada vez más populares en los alimentos horneados.

La estacionalidad y los platillos de origen local son cada vez más frecuentes en las bodas. Las parejas están pensando de manera holística sobre el impacto que su boda está teniendo en el planeta y la economía y, por lo tanto, enfatizan la contratación de servicios de catering locales que se enfocan en ingredientes de temporada.

Todos quieren un hermoso pastel, pero también es imperativo hacerlo apetitoso para los invitados. Muchas parejas continúan eligiendo sabores clásicos como el vainilla y el terciopelo rojo, pero para aquellos que quieren algo un poco más único, los cítricos son especialmente populares. **P**

*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®



DANDO ATENCIÓN AL VALOR

En El Rey Markets en Milwaukee, Wisconsin, el servicio al cliente tiene aún más importancia en la era posterior al COVID-19.

Cuando entra uno al departamento de panadería en cualquiera de las cuatro tiendas de El Rey, los clientes se encuentran con un personal muy amable que se compromete a satisfacer sus necesidades de panes recién horneados, productos de panadería dulces y pasteles decorados a medida.

Hay un decorador de pasteles experimentado que trabaja en los diseños de pasteles más nuevos en una esquina del frente del departamento. Muestran los diseños creativos disponibles en El Rey Markets, además de enfatizar la frescura.

A los compradores les encanta.

“Nuestros clientes están muy contentos con los pasteles que ofrecemos”, dice Karla Bonilla, decoradora de pasteles en El Rey Markets.

En La Luz Bakery en el norte de Chicago en el área de Round Lake, Illinois, el propietario Esteban Montes señala que los clientes responden a un ambiente hermoso y limpio donde pueden comprar muchas opciones de productos frescos de panadería.

“Nos gusta intentar improvisar y probar cosas nuevas,” enfatiza Montes. “Hemos tenido mucho éxito con los pasteles. En este momento, si no tienes un buen negocio de

pasteles, será un poco difícil tener éxito.”

En Tony’s Bakery en Waukegan, Illinois, a los clientes les encantan los dulces y las golosinas de porción individual y portátil, como las tartas individuales. Hay una variedad de opciones disponibles, que incluyen fresas y crema batida o arándanos, kiwi y manzanas en rodajas.

TENDENCIAS DE CONSUMO

A nivel nacional, los consumidores que compran en las tiendas de alimentos anhelan más productos de panadería y alimentos frescos que pueden disfrutar en casa y empacar en porciones convenientes.

Es importante entender las últimas tendencias de los consumidores para responder adecuadamente a los cambios en la demanda de los clientes.

Si bien la inflación es más moderada para los alimentos fuera del hogar (7.6 % en comparación con el año anterior*) en comparación con la comida en el hogar (13.1 % en comparación con el año anterior*), los alimentos típicos fuera del hogar todavía cuestan 3.4 veces más que los alimentos preparados en casa con productos comprados al por menor. Para compensar el aumento de los costos de los alimentos, los consumidores buscan ofertas cuando compran comestibles, comen más comidas en casa y reducen las visitas a los restaurantes, informa Information

Resources, Inc. (IRI®) y The NPD Group (NPD), que recientemente se fusionaron para crear un proveedor líder mundial de tecnología, análisis y datos.

Se pronostica que el mercado de alimentos en casa y fuera del hogar de casi 1.5 billones de dólares crecerá alrededor del 8% en 2022, con alimentos en el hogar (un crecimiento de ventas del 8.7% en comparación con el año anterior) superando a los alimentos fuera del hogar (un 6% comparado con el año pasado), según la investigación conjunta inaugural del IRI y el NPD. La investigación ofrece la primera visión integral del mercado de Complete Food™, examina cómo los consumidores compran y consumen alimentos en el hogar, usan restaurantes y puntos de venta de servicio de alimentos y descubre nuevos conocimientos sobre lo que hacen los consumidores para ahorrar dinero y gastar en antojos en el ambiente inflacionario actual. La investigación pronostica que el mercado de alimentos completo crecerá entre un 3% y un 5% en 2023.

Otros hallazgos clave de la investigación de IRI-NPD identifican qué es lo que





está impulsando los cambios, cómo están evolucionando los eventos en el hogar y el impacto de la inflación creciente, que incluye:

Horarios de trabajo híbridos y flexibles que permiten que hasta 20 millones de trabajadores en EE.UU. trabajen desde casa, lo que mantiene la gran mayoría (62.5 %) del gasto para las ventas minoristas de productos alimenticios en el hogar, mientras que el 37.5 % representa el gasto en los servicios de alimentos fuera del hogar.

Los consumidores están buscando ofertas, prefiriendo marcas más convencionales y de valor en lugar de las marcas premium, eligiendo alimentos de marca privada en ciertas categorías y, ocasionalmente, comprando productos premium como lujos asequibles.

Los consumidores se están viendo más interesados por más alimentos en el hogar para compensar el aumento de los costos, como lo señala la desaceleración en el tráfico de servicios de alimentos, un 3% menos en julio. Incluso cuando salen a comer, los consumidores optan por establecimientos de servicio de alimentos de mayor valor, como restaurantes de servicio rápido, como lo demuestra el crecimiento en el promedio de cuenta de los clientes en comparación con los precios del menú.

La bifurcación del mercado se intensifica a medida que los hogares con mayores ingresos prefieren productos premium y los compradores con bajos ingresos prefieren productos convencionales y de valor. Los hogares con ingresos más altos impulsan un mayor crecimiento, ya que los hogares



con ingresos más bajos enfrentan mayores desafíos económicos.

“Con la inflación que alcanzó el 8.5 % en julio, no sorprende que los consumidores estén comprando opciones de menor precio y optando por más valor, especialmente cuando salen a comer,” dijo Dr. Krishnakumar (KK) Davey, presidente de CPG y Retail Thought Leadership para IRI y NPD. “Si bien la pandemia y las recientes presiones inflacionarias cambiaron la demanda, los restaurantes y los puntos de venta de servicios de alimentos que ofrecen valor, conveniencia y placer en el hogar son lo más importante para los consumidores y seguirán creciendo”.

EL FACTOR DE SOSTENIBILIDAD

Otro variable importante a tener en cuenta es que los compradores de panadería

tienen cada vez más en cuenta los problemas ambientales en sus compras diarias.

Según una nueva investigación del Barómetro de Sostenibilidad de Mintel Consulting de 2022, la cantidad de consumidores globales que mencionan el cambio climático como una de las tres principales preocupaciones ambientales ha aumentado de un promedio de 39% a 46% entre 2021 y 2022*.

Además del cambio climático, la preocupación por la escasez de agua (del 27% en 2021 al 31% en 2022) y la escasez de alimentos (del 17% al 23%) han logrado los avances más significativos en términos de prioridades ambientales en los últimos 12 meses.

Y parece que ayudar al planeta trae consigo un sentimiento de bienestar, ya

que un impresionante porcentaje, 68%, de los consumidores en todo el mundo dice que hacer cosas que benefician al medio ambiente los hace sentir felices. Mientras que el 38% dice que quiere mostrar a otras personas cómo están haciendo algo bueno por el medio ambiente (compartiendo sus historias en las redes sociales). Otro 24% dice que ha investigado su huella de carbono anual (por ejemplo, con una calculadora en línea o una app).

Si bien las prioridades ambientales han cambiado en el último año, los comportamientos sostenibles de los consumidores siguen concentrados en la simplicidad y la frugalidad, incluyendo el reciclaje de envases y la planificación de comidas para evitar el desperdicio de alimentos. **P**





EL REY MARKETS

3524 WEST BURNHAM ST
MILWAUKEE, WISCONSIN
ALEX SANCHEZ, PROPIETARIO

La rica herencia tradicional de El Rey Markets, una cadena de supermercados hispana muy popular en Milwaukee, Wisconsin, se remonta a muchos años atrás.

Hace décadas, Heriberto y Ernesto Villarreal nacieron en México. Es difícil escribir sobre la vida de ellos individualmente, ya que sus vidas y logros están tan entrelazados. Beto llegó a los Estados Unidos con su padre, Octavio, en 1960. Octavio pudo mudar a su esposa y a los demás hijos, incluyendo Ernesto, a Milwaukee en 1964.

Beto había terminado su educación secundaria y preparatoria en México antes de llegar a Wisconsin. Ernesto obtuvo su educación aquí en el sur de Milwaukee en Vieu School y luego en Milwaukee Boys Technical School. Heriberto y Ernesto fueron educados para trabajar duro y comenzaron a trabajar en Mercury Marine a una edad temprana. Durante este tiempo, su padre, Octavio, era dueño y operaba una pequeña tienda de comestibles.

La población hispana de Milwaukee creció rápidamente en la década de 1960. La industria estaba en auge y muchos hispanos se habían mudado al norte en busca de trabajo y una mejor vida para sus familias. Los hombres a menudo llegaban primero y encontraban trabajo. Al

establecerse, enviaban dinero a la familia en México por un tiempo y luego traían a sus familias a Milwaukee tan pronto como pudieran.

La tienda de Octavio era un punto de encuentro para estos nuevos inmigrantes. Se sentían muy nostálgicos pero también agradecidos de estar en los Estados Unidos y tener empleo. Debido a los recursos limitados de su padre, era difícil almacenar muchos de los artículos de abarrotes con los que los inmigrantes mexicanos estaban familiarizados. Beto había comenzado a trabajar a tiempo parcial en otra pequeña tienda de comestibles que también intentaba atender a los mexicanos.

En 1978, Ernesto y Heriberto Villarreal decidieron abrir una tienda a mayor escala. El original Super Mercado El Rey se inauguró en 1023 South Cesar E. Chavez Dr., en Milwaukee. Su único propósito era traer productos de México a la gente de Milwaukee. No sabían que El Rey se convertiría en una de las corporaciones de propiedad hispana más grandes de Wisconsin. A principios de la década de 1980, la comida mexicana se hizo muy popular.

Esta tendencia estableció la otra parte del negocio de los Villarreal, la venta al por mayor de productos alimenticios hispanos. Se instaló una fábrica de tortillas de maíz



en la calle 5th St. para proporcionar tortillas, totopos y tamales a muchos de los restaurantes locales favoritos de Milwaukee. La tienda original fue renovada y expandida tres veces a lo largo de los años para adaptarse a las crecientes demandas de los clientes. En 1995, El Rey abrió una segunda tienda minorista en 35th y Burnham, llamada El Rey Plaza.





A medida que cambió la composición de la población hispana, también lo hicieron los productos de El Rey. Al principio, los hispanos de Milwaukee eran en su mayoría de México, por lo que El Rey atendía a los mexicanos. Empezaron a llegar nuevos inmigrantes de Centroamérica y Sudamérica, así como del Caribe. El Rey cambió el negocio para adaptarse a los gustos y preferencias gastronómicas de toda la población hispana de Milwaukee. En 1999, El Rey Food Mart abrió en 13th y Forest Home y El Rey trasladó la fábrica de tortillas a una instalación más grande en 1530 South Muskego Ave. Las tres tiendas y la distribución florecieron a medida que El Rey identificó aún más la necesidad de Milwaukee de una cocina hispana auténtica.

Ernesto y Heriberto han combinado una mezcla única de alimentos de diferentes



partes del mundo y se han adaptado al ingenio de EE.UU. y de Wisconsin. Por ejemplo, al hacer las tortillas de maíz y totopos de tostaditas, el maíz se remoja en tanques de cocción grandes y luego se muele con piedras grandes. La receta utilizada es de México, pero el maíz utilizado proviene de Wisconsin e Iowa. Además, las recetas de queso mexicano también han llegado a las fábricas de queso de Wisconsin, y los diferentes quesos mexicanos nunca han sabido tan ricos. Combinar auténticas recetas hispanas con los recursos superiores de los Estados Unidos ha hecho que Ernesto y Heriberto sientan que tienen lo mejor de todos los mundos.

Finalmente, en 2007, El Rey Super Mercado se mudó de su ubicación original al otro lado de la calle a un edificio completamente nuevo en 916 South Cesar E. Chavez Drive. Como muchos clientes estaban tristes de ver desaparecer la tienda original, se les dio un nuevo lugar para hacer sus compras. El Rey Super Mercado está cubierto con murales que representan cuentos históricos y culturales y lleno de nuevos equipos para continuar ofreciendo la experiencia de El Rey a los clientes.

El Rey se enorgullece de los productos auténticos que ofrecen, pero también de la experiencia y el servicio auténticos que brindan los empleados de El Rey. Después de la apertura de El Rey Family Market en 51st y Oklahoma en 2011, la compañía ahora emplea a más de 400

personas, de las cuales la mayoría son minorías. Anualmente, muchos grupos de adultos y escuelas visitan El Rey para aprender sobre la cultura hispana. Experimentan el aprendizaje práctico y la exposición a muchos alimentos únicos de origen hispano, así como un ambiente de compras y trabajo de los países de origen hispanos. Muchos maestros han dicho que esperan visitar El Rey porque les brindan la oportunidad de aprender fuera de los libros de texto.

El Rey, Ernesto y Heriberto están fuertemente arraigados en la comunidad del sur de Milwaukee. La familia Villarreal tiene un sentido de pertenencia a esta comunidad y está comprometida a retribuir a la creciente comunidad hispana. El Rey disfruta apoyando las festividades anuales y los eventos de recaudación de fondos de muchas organizaciones locales, escuelas e iglesias.

En el negocio de Ernesto y Heriberto hay un verdadero sentido de familia. Sus esposas, Olivia y Criselda, han estado trabajando a su lado desde el inicio del negocio en 1978. A medida que sus hijos crecían y terminaban la escuela, uno a uno, se unieron a la empresa al igual que sus cónyuges. Ernesto y Heriberto nunca se han considerado grandes empresarios, sólo deseaban construir su negocio para servir a la gente del sureste de Wisconsin. Se sienten honrados por el éxito continuo de El Rey y se sienten muy bendecidos por su familia. **P**

Automatica su Panaderia



Vemag Porcionadora de Masa

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



www.reiser.com

Reiser • Canton, MA • (781) 821-1290

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

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

2022





LA LUZ BAKERY

246 CEDAR LAKE ROAD
ROUND LAKE, ILLINOIS
ESTEBAN MONTES, PROPIETARIO

La historia de La Luz Bakery comienza hace 22 años en el tranquilo suburbio de Round Lake, Illinois, a 50 millas al norte de la vivaz ciudad de Chicago.

Esteban Montes y su esposa llegaron a esta zona remota — donde la población comenzaba a aumentar con personas provenientes del norte de Milwaukee y el sur de Chicago — para seguir su propio sueño.

Comenzaron una panadería, La Luz, que resultó ser la única en su nueva ciudad. Inmediatamente acudió gente de muchos kilómetros para disfrutar de las conchas y los bolillos frescos y otros panes y pasteles hispanos tradicionales. Pronto, fue evidente que habían tomado una buena decisión.

“Fue una gran bendición cuando fuimos a Round Lake,” dice Montes hoy. “Estamos en nuestro 22º año en el negocio — seguimos fuertes y seguimos haciendo lo que amamos.”

Su familia ha crecido hasta incluir cuatro hijas que están involucradas en el negocio de la panadería. Tienen 12 empleados en total, incluyendo dos panaderos de tiempo completo y una segunda ubicación en el





pueblo de Mundelein, Illinois, a 10 millas de distancia.

“Tienes que cuidar a tus buenos empleados,” dice Montes, señalando uno de sus secretos para el éxito. “Los clientes son cada vez más exigentes y vienen con sus propias ideas para diseños de pasteles. Es muy importante ser creativo y trabajar duro. Siempre estamos cuidando a nuestros clientes.”

Desde que abrió la panadería, el negocio se ha duplicado. El propietario de la panadería atribuye su éxito al trabajo arduo, escuchando atentamente lo que quieren los clientes y trabajando con un gran socio en BakeMark.



“BakeMark es muy bueno con nosotros,” señala. “Si necesito un chef maestro para trabajar en una idea que hemos creado, BakeMark está disponible para ayudarnos. Ha sido un buen viaje. Somos tan bendecidos que todavía estamos aquí.”

A medida que se acerca el otoño, se están preparando para los panes dulces tradicionales para las fiestas. Su negocio de pasteles continúa funcionando bien durante todo el año.

En los últimos años, han agregado porciones más pequeñas de los favoritos tradicionales como el flan Napolitano. A los clientes les encanta.

“En la panadería, se abrió toda una oportunidad,” dice Montes, reflexionando sobre su éxito continuo. “Recientemente agregamos un salón de banquetes. Hay tantas cosas que hemos logrado. Nuestra panadería sigue fuerte y sigue adelante con nuevas ideas e improvisando.” **P**



■ DOSIFICADOR DE RELLENOS

MODELOS:

Dosificador de Rellenos con Pedestal

Dosificador de Rellenos de Mesa

Uso Planeado*

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

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

Capacidad productiva 60 dosificaciones por minuto.

Rango por dosificación*

* En caso de ser necesario dosificar mayor cantidad se puede aumentar el número de depósitos.

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

Horas de trabajo recomendadas

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

Accionamiento del dosificador

Dosificador fijo: Accionamiento por Pedalera
Dosificador flexible: Accionamiento desde manillar

Capacidad de la tolva 28 Kg

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

■ NUEVO HORNO ROTATIVO

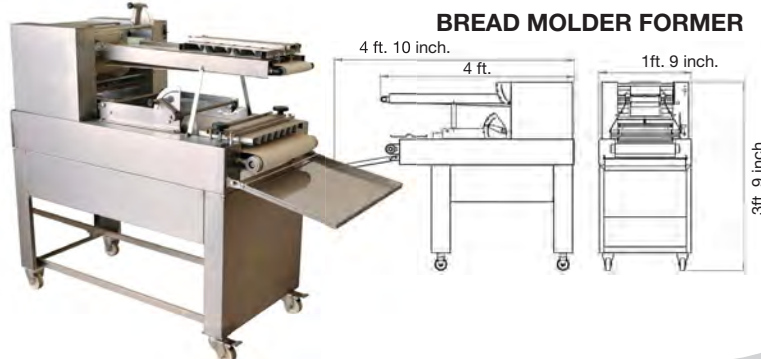
Con panel digital programable. 99 programas/recetas.

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



■ EQUIPO BOLILLERO COMPACTO

BREAD MOLDER FORMER



Argencal Inc.

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

Cell Ph English/Spanish 661-212-8683

argencalequipment@gmail.com • www.argencal.com

Financing available / Pregunte por financiación.

CE

TUV

CERT

ISO

9001

UL

NSF

ANSI



TONY'S BAKERY

2010 WASHINGTON ST.
WAUKEGAN, ILLINOIS
ARMANDO ARIZMENDI, PROPIETARIO

La ciudad de Waukegan, Illinois, se anuncia como “la ciudad del progreso”, y Tony’s Bakery, un establecimiento fijo en el área durante décadas, proporciona amplia evidencia.

La panadería está llena de empanadas, bolillos, panecillos de canela, donas y mucho más — todo preparado a mano todas las mañanas por el personal calificado.

El dueño de la panadería, Armando Arizmendi, brinda un ambiente acogedor, pero sobre todo limpio y muy organizado.

Los clientes elogian la atención de la panadería a la seguridad alimentaria — desde el plexiglás en el mostrador hasta los desinfectantes para las manos disponibles para la comodidad del cliente — y el enfoque en la limpieza de las vitrinas.

Todos los productos de panadería se preparan desde cero todos los días. Para mayor comodidad, hay rebanadas de pastel empaquetadas y otros productos para llevar, como gelatinas, listos para venta inmediata.





La variedad es otra característica distintiva.

Hay empanadas sabrosas y pasteles rellenos de fresa, piña u otros sabores de frutas. Hay donas recién hechas y panecillos de canela con cubierta glaseada que son perfectas para un desayuno conveniente o una merienda al mediodía.

Los bolillos están disponibles en cantidades individuales o más grandes, de modo que acomodan a las familias de todos los tamaños.

Este es realmente un espacio que se concentra en la frescura y la alta calidad. **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.™



TODOS PAN COMIDO.



CON AZTECA™ DE LESAFFRE®

Una cartera de bases y mejoradores con opciones de etiquetas limpias y sin OMG para toda la gama de productos horneados.

Obtenga más información y solicite muestras gratuitas en www.lesaffreyeast.com.

LESAFFRE

PAN DE MUERTO

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

MASA DULCE FESTIVA:

- 5 lb de mezcla de Trigal Dorado Bizcocho
- 1 libra 12 oz de agua
- 3 oz de levadura fresca Trigal Dorado
- 3 oz de margarina morada Trigal 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: Escale 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: Escale 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



BAKEMARK PRODUCTS USED

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

ALTERNATE PRODUCT USED

48285 Trigal Dorado Concha Mix

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.

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.

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



TERMINAR: Después de sacarlo del horno, cepille inmediatamente con Westco

Neutral Sparkle Glaze derretido a 180 ° F para obtener un brillo y una vida útil máximos.

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. Visite www.bakemark.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. Visite www.bakemark.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. Visite www.bakemark.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.bakemark.com



SHAPING BREADS FOR *fall holidays*

Shaping bread dough is a time-honored science perfected daily at panaderías across the country, including El Rey Foods, a four-store, family-owned retailer in Milwaukee, Wisconsin, since 1978.

El Rey's bakery manager Caesar Morales and baker Jesus Lopez concentrate on shaping loaves of dough throughout the day, perfecting the process for the customers.

In late September, El Rey promotes Hispanic National Heritage Month, which continues through Oct. 15, and

regularly calls attention to festive breads. Every week, the supermarket company promotes Fiesta Fridays online on its Facebook page, calling attention to specials like Nutella churros.

At La Luz Bakery in Round Lake, Illinois, owner Esteban Montes points out that they do "extremely well" with Pan de Muerto in late October through early November.

"We get more business for sweet breads during the fall," Montes says. "We do all kinds of shapes – round breads,

rectangular." The breads in the shapes of human bodies are very popular for Dias de los Muertos on Nov. 1-2.

TRADITIONAL FLAVORS

BakeMark's Hispanic line Trigel Dorado offers the best of the traditional flavors without compromise. So as the industry heads into the season of Día de Muertos, utilize the Bizcocho Mix and bring Pan de Muerto as a way to boost your sales.

The Hispanic community will partake in their traditional fall celebration of family members who have passed soon. Día de Muertos, the multi day celebration, encompasses celebration and with that celebration comes food! Most notable of these foods is Pan de Muerto. With the slight zest of orange flavoring, this Hispanic sweet bread entails bone shaped pieces that adorn the top.



Here are some preparation steps to follow:

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 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.

Pan de Muerto is characterized by a round shape with a soft texture similar to a bun. Traditionally, the top of Muerto bread depicts the grave of deceased ones.

For decoration, locals use excess dough to create a skull shape over the crust. The recipe for Pan de Muerto is as basic as other sweetbreads, with the addition of ground anise.

For the glazing layer, bakers whip up a simple mixture of sugar with orange juice and zest. When the Pan de Muerto is ready for baking, they lightly brush the crust with an orange-flavor glaze.

SWEET BREAD OPTIONS

Originating in Spain and Latin American countries, buñuelos are similar to a dough version of the fritter (foods fried in batter). People often serve the dish with a variety of toppings; however, Mexican locals like using Piloncillo syrup (unrefined cane sugar syrup) for buñuelos, according to lacademie.com.

In Mexico, the buñuelos are served differently as locals usually feature a bit of anise to the dough. When served, vendors will sprinkle some additional powdered sugar over the buñuelos. The dish is most common during Christmas or Las Posadas, from Dec. 16-24.

The buñuelos dough is a simple mix of all-purpose flour with warm water, baking powder, and salt. You can use a simple topping of sugar and cinnamon.



You only need around 60 seconds to fry the buñuelos on each side, so it turns to a golden brown color.

FLAVORS OF FALL

The flavors of fall are known to be warm and cozy. BakeMark recommends pumpkin and cinnamon flavors combined with vibrant colors as the perfect way to usher in the new season.

These delicious flavors don't have to be limited to just dessert. BakeMark also offers pumpkin seeds that can help you make delectable loaves of bread and other baked delights to celebrate the season.

BakeMark also offers a cinnamon roll mix from Westco. This mix will have you whipping up some amazing breakfast treats quickly and easily without sacrificing quality. In addition, BakeSense Pumpkin is the perfect addition to pumpkin muffins which will also be a breakfast hit.

During the Day of the Dead holiday (Oct. 31 – Nov. 2), Mexicans honor their loved ones who have passed away, and leave them offerings (“ofrendas”) at their gravesites or at altars made at home. Although this tradition is originally rooted in the central and southern parts of the country, families now celebrate the holiday all throughout Mexico, and even in other countries, too, according to Hispanic food blogger Mely Martinez.

The offerings left for the dead usually consist of what that person enjoyed when they were alive. In addition to the deceased's favorite food and drink, a loaf of Pan de Muerto is also placed as an offering. So, besides being a delicious sweet bread, what makes Pan de Muerto unique is its special role in this important ceremony.

While the family members are the ones who eat the Pan de Muerto physically, it is believed that when the spirit returns during the Day of the Dead, it can be nourished by the “essence” of the bread

(and any other offerings that have been left for it).

As for the shape, there are countless differing stories and explanations, but most will tell you that the pieces forming a cross are meant to symbolize the bones of the dead. On top of the bun is a small ball or nub, which some say is a teardrop, representing the tears shed for the dead. Others say it represents a skull, while still others say it represents the heart.

Pan de Muerto can be found covered in white sugar, red sugar, sesame seeds, sprinkles, or simply brushed with an egg wash.

The bread comes in different forms, too. Depending on the area, you might find Pan de Muerto shaped like figures of people, animals, or in a crescent moon shape. The ingredients and flavoring of the bread can change, as well, but most of the time it is a yeast-heavy bread flavored with orange and/or anise.

This sweet bread shaped like a roll and topped with sugar also has some “bone decorations” made out of the same dough representing the bones of the dead. Some people will eat it while visiting the graves of the relatives long gone as well as other food that was their favorite while they were alive

OCTOBER 31

Families will gather to remember loved ones who have passed on throughout the day. This is also a day where many Mexican communities come together and both share their memories of friends, family members, and others they knew while eating food and lay offerings on the ofrendas (home alters).

In the evening of October 31, there's a traditional ritual called “alumbrado” where people get together to light candles on both sides of their homes. That way when they come back from visiting family tombs all day long they can see their path until morning. It symbolizes



the departure of spirits into heaven during the day as well as a prayer to help bring them safely home again before sunrise if possible.

NOVEMBER 2

This day starts with masses at churches or temples followed by more community events like parades in towns that are masked dancers.

Day of the Dead is full of tradition and celebration. It's easy for anyone who wishes to learn more about Mexican culture or simply enjoy food and music with family members all day long. You'll want to make sure you don't miss this day because it's an event that should be both fun and informative.

TRADITIONAL MIXES

With the help of BakeMark's Trigal Dorado line, bakeries help customers

celebrate this special and traditional holiday in no time! It's as easy as adding water, yeast and margarine to the mixes and popping them into the oven. With the demand you will have, this time saving mix will deliver consistent, quality, authentic Pan de Muerto.

There is an array of traditional Hispanic bread mixes to choose from. From bizcocho to mantecadas, all of these delicious treats will have your customers smiling with delight.

BakeMark strives to help keep these important Hispanic traditions alive. Not every baker is intimately familiar with Hispanic and Mexican baking traditions, but BakeMark's Trigal Dorado line makes it simple without sacrificing quality, and provides the authentic flavors so you can give your community the bread they can continue breaking together. **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; tbfdallas@hotmail.com

Wedding Cake TRENDS



After two years of Covid-related restrictions, wedding season is back in a big way in 2022.

At La Luz Bakery in Round Lake, Illinois, owner Esteban Montes points out that weddings are a growing part of their business at the family-owned bakery, which opened 22 years ago.

“Our customers want cakes that are more elaborate in design,” Montes says. “Cake sizes may have downsized a little – we still do a lot of 3- and 4-tier cakes – but our

customers want more different shapes and a lot of decorations.”

Last year saw a major increase in weddings in America as vaccines rolled out and mandates were reduced. According to leading wedding resource The Knot this year is set to host the most weddings in recent history at 2.6 million. Couples and wedding professionals continue to adapt by prioritizing health and safety to move forward with celebrations, including those that were postponed from 2020.

Of note, 98 percent of those set to wed in 2022 are confident their wedding will take place as scheduled. 81 percent of couple will implement at least one health or safety measure on their wedding day, such as having hand sanitizer readily available or requiring guests to be vaccinated.

The average guest size in 2022 is projected to return to pre-pandemic numbers at 129 (131 guests in 2019).

Panaderías are cognizant of these trends and are adjusting to this demand.

“We work hard to please our customers,” says the owner of La Luz Bakery. “Our wedding cake business is really good. We are very successful there.”

CAKE SIZE TRENDS

Mini cakes and individual desserts, which were big (no pun intended) in 2021, will continue to be a mainstay. Not only are they

safe for guests, but they allow couples to choose a variety of flavors instead of settling on one.

Many couples may order a single-tier cake so they can do a ceremonial cake cutting, but then fill the menu with three or four desserts that guests can enjoy in individual portions, according to research by The Knot.

Individual portions at weddings are not limited to desserts. 2021 saw a rise in individual servings, like individual charcuterie boards and canned cocktails. Couples are leaning into upgraded individual food, such as dessert platters.

As far as wedding cake decorating and the themes that will be utilized, there has been a return to bold color palettes in weddings and that trend extends into wedding cakes.

For those looking to match the wedding cake with an overall theme, one wise suggestion is to replicate patterns seen elsewhere in the wedding, like on a wedding dress or as part of a table linen. This creates more cohesion within the overall wedding design and couples get a cake that feels more personalized to them.

Another way to spruce up a wedding cake is to use pressed flowers. This has been a popular trend for a few years and continues to be extremely useful in decorating. Given the move toward bold colors, pressed flowers are a great option that can add a variety of shades to a tiered confection.



FLAVOR TRENDS

Citrus fruits and berries, such as limes, oranges, blueberries and raspberries, are rising in popularity in baked foods.

Seasonality and locally sourced dishes are becoming more prevalent at weddings. Couples are thinking holistically about the impact that their wedding is having on the earth and economy, and thus are emphasizing booking local caterers that focus on seasonal ingredients.

Everyone wants a beautiful cake but making it appetizing for guests is also imperative. Many couples continue to choose classic flavors like vanilla and red velvet, but for those who want something a little more unique, citrus is especially popular. **P**



BRINGING VALUE TO FRONT & CENTER



At El Rey Markets in Milwaukee, Wisconsin, customer service has gained even more importance in the post-Covid era.

As you walk into the bakery department in any of El Rey's four stores, customers encounter a highly friendly staff that is committed to serve your needs for freshly baked breads, sweet bakery items, and custom decorated cakes.

There is an experienced cake decorator working on the newest cake designs at one corner of the front of the department. This presence showcases the creative designs available at El Rey Markets, as well as emphasizing the freshness factor.

Shoppers love it.

"Our customers are very happy with the cakes we offer," says Karla Bonilla, cake decorator at El Rey Markets.

At La Luz Bakery on Chicago's northside in Round Lake, Illinois, owner Esteban Montes points out that customers respond to a beautiful and clean environment where they can shop for many choices of fresh bakery items.

"We always like to try to improvise and try new things," Montes emphasizes. "We have been very successful in cakes."

Right now, if you don't have a good cake business, it is going to be a little hard to be successful."

At Tony's Bakery in Waukegan, Illinois, customers love the hand-held sweets and treats, such as the individual tarts. There are a variety of options available of the tarts, including strawberries and whipped cream or blueberries, kiwifruit and sliced apples.

CONSUMER TRENDS

Nationally, consumers shopping at food stores are craving more bakery items and fresh foods that can be enjoyed at home and packaged in convenient portion sizes.

It is important to understand the latest consumer trends in order to respond appropriately to shifts in customer demand.

While inflation is more moderate for food away-from-home (7.6% versus a year ago*) compared to food-at-home (13.1% versus a year ago*), the typical away-from-home eating occasion still costs 3.4 times more than in-home food sourced from retail. To offset rising food costs, consumers are bargain hunting when grocery shopping, eating more meals at home and cutting back on restaurant visits, reports Information Resources, Inc. (IRI®) and The NPD





Group (NPD), which recently merged to create a leading global technology, analytics and data provider.

The nearly \$1.5 trillion at- and away-from-home food market is forecast to grow around 8% in 2022, with at-home food (8.7% sales growth versus a year ago) outpacing away-from-home (6% versus a year ago), according to IRI's and NPD's inaugural joint research. The research offers the first-ever comprehensive view of the Complete Food™ market, examining how consumers buy and consume food at home, use restaurants and foodservice outlets and uncovers new insights about consumers' trade-offs to save money and splurge in the current inflationary environment. The research forecasts the Complete Food market to grow by 3-5% in 2023.

Other key findings from the IRI-NPD research identify what is driving shifts, how occasions at home are evolving, and the impact of rising inflation, including:

Hybrid and flexible work schedules enable up to 20 million U.S. workers to work from home, which keeps the substantial majority – 62.5% – of the food dollar based on retail at-home sales, while 37.5% represents foodservice spending.

Consumers are bargain hunting, preferring more mainstream and value brands over premium brands, choosing private label foods in select categories and occasionally buying premium products as affordable luxuries.

Consumers are migrating to more at-home food to offset rising costs, as noted by the deceleration in foodservice traffic, down 3% in July. Even when dining



out, consumers trade down to more value foodservice outlets, like quick service restaurants, as evidenced by the growth in average customer check versus menu prices.

Market bifurcation intensifies as higher-income households prefer premium products and lower-income shoppers prefer mainstream and value products. More growth is driven by higher-income households, as lower-income households are more economically challenged.

“With inflation hitting 8.5% in July, it’s no surprise that consumers are trading down to lower-priced options and opting for more value, especially when dining out,” said Dr. Krishnakumar (KK) Davey, president of CPG and Retail Thought Leadership for IRI and NPD. “While the pandemic and recent inflationary pressures shifted demand, restaurants

and foodservice outlets offering value, convenience and at-home indulgence are top of mind for consumers and will continue to grow.”

THE SUSTAINABILITY FACTOR

Another important variable to consider is that bakery shoppers are increasingly factoring in environment issues in their daily purchases.

According to new research from the 2022 Mintel Consulting Sustainability Barometer, the number of global consumers citing climate change as a top three environmental concern has risen from an average of 39% to 46% between 2021-22*.

In addition to climate change, concern over water shortages (up from 27% in 2021 to 31% in 2022) and food shortages (up

from 17% to 23%) have made the most significant gains in terms of environmental priorities in the past 12 months.

And it seems helping the planet brings with it a feel-good factor as an overwhelming 68% of consumers globally say doing things that benefit the environment makes them feel happy. While 38% say they want to show other people how they are doing good for the environment (by sharing on social media). A further 24% say they have researched their annual carbon footprint (eg with an online calculator or app).

While environmental priorities have shifted in the last year, consumers’ sustainable behaviors remain focused on simplicity and frugality, including recycling packaging and meal planning to avoid food waste. **P**





EL REY MARKETS

3524 WEST BURNHAM ST
MILWAUKEE, WISCONSIN
ALEX SANCHEZ, OWNER

The rich traditional heritage of El Rey Markets, a widely popular Hispanic grocery chain in Milwaukee, Wisconsin, dates back many years.

Decades ago, Heriberto and Ernesto Villarreal were born in Mexico. It is hard to write about the life of either individually, as their lives and accomplishments are so intertwined. Beto came to the United States with his father, Octavio, in 1960. Octavio was able to move his wife and the other children, including Ernesto, to Milwaukee in 1964.

Beto had finished his secondary and preparatory education in Mexico before coming to Wisconsin. Ernesto obtained his education here in the south side of Milwaukee at Vieu School and then Milwaukee Boys Technical School. Heriberto and Ernesto were brought up to work hard and they began working at Mercury Marine at a very early age. During this time their father, Octavio, owned and operated a small corner grocery store.

The Hispanic population in Milwaukee grew rapidly in the 1960s. Industry was booming and many Hispanic people had moved North seeking jobs and a better life for their families. The men often came here first and found work. As they got

established here, they sent money back home for a time and then brought their families to Milwaukee as soon as they could afford to.

Octavio's store was a gathering for these new immigrants. They were so homesick but also grateful to be in the United States and have employment. Because of their father's limited resources, it was hard to stock many grocery items that the Mexican immigrants were familiar with. Beto had started to work part time in another small grocery store that also tried to cater to the Mexican people.

In 1978, Ernesto and Heriberto Villarreal decided to open a store on a larger scale. The original Super Mercado El Rey was opened, located at 1023 South Cesar E. Chavez Dr., in Milwaukee. Their sole





purpose was to bring products from Mexico to the people of Milwaukee. Little did they know, El Rey would grow into one of the largest Hispanic owned corporations in Wisconsin. In the early 1980's Mexican food became very popular.

This trend set up the Villarreal's other branch of their business, wholesaling Hispanic food products. A corn tortilla factory was set up at 5th St. to provide many of Milwaukee's favorite local restaurants with tortillas, chips and tamales. The original store was renovated for expansion three times over the years to accommodate for the growing customer demands. In 1995, El Rey opened a 2nd retail location on 35th & Burnham, called El Rey Plaza.

As the Hispanic population's makeup changed, so did El Rey's products. In the beginning, Milwaukee's Hispanic people were mostly from Mexico, so El Rey was catering to the people from Mexico. New immigrants from Central and South America as well as the Caribbean started to arrive. El Rey shifted business to accommodate the food tastes and preferences of Milwaukee's entire Hispanic population. In 1999, El Rey Food Mart opened on 13th & Forest Home, and El Rey relocated the tortilla factory to a bigger facility at 1530 South Muskego Ave. The



three stores and distribution flourished as El Rey further identified Milwaukee's need for authentic Hispanic cuisine.

Ernesto and Heriberto have brought together a unique blend of foods from different parts of the world as well as adapting to American and Wisconsin ingenuity. For example, in making the corn tortillas and tostadita chips, the corn is steeped in large cooking tanks and then ground with large stones. The recipe used is from Mexico, but the corn used comes from Wisconsin and Iowa. Also, Mexican cheese recipes have also made it to the Wisconsin cheese factories, and the many different Mexican cheeses have never tasted so good. Combining authentic Hispanic recipes with the superior resources of the United States have made Ernesto and Heriberto feel that they have the best of all worlds.

Eventually in 2007, the El Rey Super Mercado moved from its original location across the street to a brand new building at 916 South Cesar E. Chavez Drive. As many customers were sad to see the original store go, the customers were given new place to shop. El Rey Super Mercado is covered with painted murals depicting historic tales and culture and filled with new equipment to continue to offer customers the El Rey experience.



El Rey takes pride in the authentic products they offer, but also the authentic experience and service provided by El Rey Employees. After the opening of El Rey Family Market on 51st & Oklahoma in 2011, the company now employs over 400 people of which a majority is minorities. On an annual basis, many adult groups and schools visit El Rey to learn about the Hispanic culture. They experience hands-on learning and exposure to many unique foods of the Hispanic origin, as well as a shopping and working environment of Hispanics home countries. Many teachers have told us they look forward to visiting El Rey, because we provide an opportunity for them to learn outside of textbooks.

El Rey, Ernesto and Heriberto are strongly rooted in the Milwaukee south side community. The Villarreal Family feels

a sense of belonging to this community and is committed to giving back to the growing Hispanic Community. El Rey enjoys supporting the annual festivities and fundraising events of many local organizations, schools and churches.

In Ernesto and Heriberto's business there is a true sense of family. Their wives, Olivia and Criselda have been working at their side since the inception of the business in 1978. As their children grew and finished school, one by one, they joined the company as well as their spouses. Ernesto and Heriberto have never thought of themselves as great entrepreneurs, they only desired to build their business to serve the people of southeast Wisconsin. They are humbled by El Rey's continued success and feel very blessed by their family. **P**



LA LUZ BAKERY

246 CEDAR LAKE ROAD
ROUND LAKE, ILLINOIS
ESTEBAN MONTES, OWNER

The story of La Luz Bakery begins 22 years ago in the quiet suburb town of Round Lake, Illinois, 50 miles north of the bustling busy city of Chicago.

Esteban Montes and his wife came to this remote area – where the population was starting to swell, fed from the north of Milwaukee and the south from Chicago – to follow a dream of their very own.

They started a bakery, La Luz, which happened to be the only one in their new city. People from miles around immediately came to enjoy the fresh conchas and bolillos and other traditional Hispanic breads and pastries. Soon, it was evident that they had made the right move.

“It was a major blessing when we went to Round Lake,” Montes says today. “We are in our 22nd year in business – still going strong and still doing what we love.”

Their family has grown to include four daughters who are all involved in the bakery business. They have 12 employees in all, including two full-time bakers, and a second location in the village of Mundelein, Illinois, 10 miles away.

“You have to take care of your good employees,” Montes says, pointing to one of their secrets to success. “Customers are becoming more and more demanding, coming in with their own ideas for cake designs. It is very important to get creative and work hard. We are always taking care of our customers.”



Since the bakery first opened, the business has doubled in size. The bakery owner attributes their success to hard work, listening closely to what customers want, and working with a great partner in BakeMark.

“BakeMark is very good to us,” he points out. “If I need a master chef to work on an idea we have created, BakeMark is there to help us. It’s been a nice ride. We are so blessed we are still here.”

As the fall approaches, they are gearing up for traditional sweet breads for the holidays. Their cake business continues to do well throughout the year.

In recent years, they have added smaller portion sizes of traditional favorites like flan Napolitano. Customers love it.

“In the bakery, a whole opportunity opened up,” Montes says, reflecting on their continued success. “We recently added a banquet hall. There are so many things we have accomplished. Our bakery is still strong and going forward with new ideas and improvising.” **P**





TONY'S BAKERY

2010 WASHINGTON ST.
WAUKEGAN, ILLINOIS
ARMANDO ARIZMENDI, OWNER

The city of Waukegan, Illinois, is billed as “the city of progress,” and Tony’s Bakery, a steady fixture in the neighborhood for decades, provides ample evidence.

The bakery is filled with the freshest empanadas, bolillos, cinnamon rolls, donuts and much more – prepared by hand every morning by the skilled staff.

The bakery’s owner Armando Arizmendi provides a welcoming atmosphere that is above all clean and highly organized.

Customers praise the bakery’s attention to food safety – from the plexiglass at

the front counter to the hand sanitizers for customer convenience – and focus on cleanliness in the display cases.

All bakery items are prepared from scratch daily each morning. For convenience, there are packaged slices of cakes and other grab-and-go items like gelatins ready for immediate sale.

Variety is another signature.

There are plump empanadas and pastries filled with strawberry, pineapple, or other fruit flavors. There are freshly made donuts and iced cinnamon rolls that are perfect for a convenience breakfast or midday snack.

Bolillos are available by the single or larger quantities, so that families of all sizes are accommodated.

This is truly a space that concentrates on freshness and high quality. **P**



PAN DE MUERTO

MIX: Prepare the Pan de Muerto dough using the recipe below.

FESTIVE HOLIDAY

SWEET DOUGH:

- 5 lb Trigal Dorado Bizcocho Mix
- 1 lb 12 oz Water
- 3 oz Trigal Dorado Fresh Yeast
- 3 oz Trigal 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



BAKEMARK PRODUCTS USED

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

ALTERNATE PRODUCT USED

48285 Trigal Dorado Concha Mix

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.

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



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. Visit www.bakemark.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.bakemark.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 be your customers' favorite. Visit www.bakemark.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.bakemark.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.

©2022 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-Usos | Galletas | Pastel | Harina Especial

**Knoxbridge
Mills®**

Para más información, contactenos en support@knoxbridgemills.com.