BAKEMARK

PANADERÍA

SUPPLEMENT TO BAKE

DICIEMBRE 2025

English
version starts on page
30

Oportunidades Emergentes

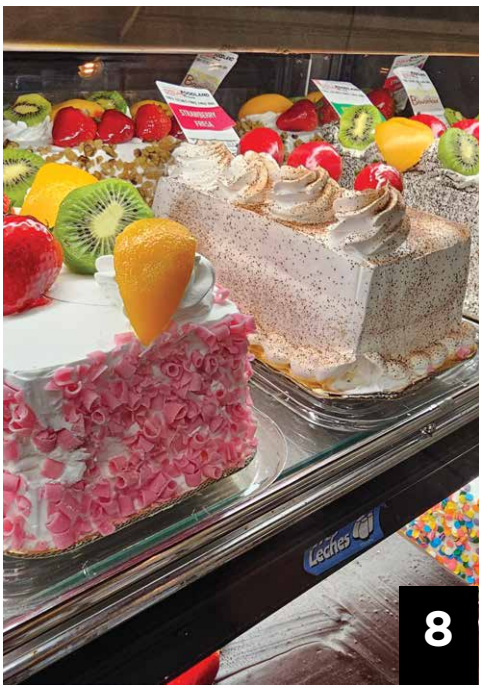
Emerging Opportunities

Ponga el poder del proveedor líder de ingredientes de panadería de Norteamérica a trabajar para su negocio con soluciones de la más alta calidad, innovación superior y servicio al cliente inigualable. ***Crezca con nosotros.***

BAKEMARK®

Ingredients & Manufacturing...Delivered®

www.bakemark.com



La version en
Inglés
comienza en la pagina
30

CONTENIDO

6 PAN Y HORNEO
8 PASTELES Y DECORACIONES
10 OPORTUNIDADES EMERGENTES
12 PERFILES DE PANADERÍAS
28 RECETAS DESTACADAS
29 PRODUCTOS DESTACADOS

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

OPORTUNIDADES EMERGENTES

En todo el país, existe un número creciente de ejemplos entre las panaderías hispanas que se dirigen a un público más amplio para aumentar las ventas y la fidelización de los clientes.

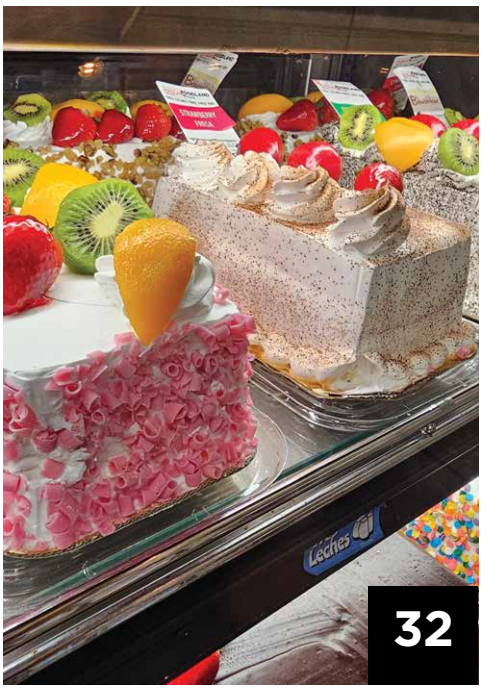
Northgate González Market celebra el Día de los Muertos con coloridas festividades que unen a las familias a través del arte, la música y las tradiciones que honran a los seres queridos y celebran el orgullo cultural.

La celebración comienza meses antes con un concurso anual de arte estudiantil abierto a los alumnos de primaria, secundaria y preparatoria. El diseño ganador se exhibe en bolsas de supermercado con temática del Día de los Muertos en las 43 tiendas de Northgate Market. El tema de este año, "Recordar es Vivir", inspiró a cientos de jóvenes artistas a mostrar su creatividad. Los ganadores también recibieron materiales de arte y tarjetas de regalo.

Estos son ejemplos perfectos de cómo puedes conectar con tus clientes.

Atentamente,
Su Equipo de BakeMark®

English
version starts on page
30



CONTENTS

30 BREAD & BAKING
32 CAKES & DECORATING
34 EMERGING OPPORTUNITIES
36 BAKERY PROFILES
50 FEATURED RECIPES
51 FEATURED PRODUCTS

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

EMERGING OPPORTUNITIES

Across the country, a growing number of examples exist among Hispanic bakeries targeting a broader audience to increase sales and customer loyalty. Northgate González Market embraced the spirit of Día de los Muertos with colorful celebrations that bring families together through art, music, and traditions that honor loved ones and celebrate cultural pride.

The celebration begins months in advance with an annual student art contest open to elementary, middle, and high school students. This year's theme, "Recordar es Vivir" ("To Remember is to Live"), inspired hundreds of young artists to showcase their creativity. Winners also received art supplies and gift cards.

These are perfect examples of how you can connect to your customers.

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

NUESTRAS REGLAS BÁSICAS PARA LA:

HARINA DE CALIDAD

SON ETERNAS

ELABORAMOS NUESTRA HARINA DE CALIDAD:

- Seleccionando Trigo de Calidad
- Centrándonos en la Consistencia
- Con Equipos Molineros con Experiencia
- Con Compromiso Inquebrantable con la Seguridad, Calidad y Servicio
- Construyendo Relaciones Profundas con los Agricultores

GRAIN CRAFT
GRAINCRAFT.COM

×

CENTRAL MILLING
CENTRALMILLING.COM

CONCHAS *Tradicionales*

Según MySliceofMexico.ca, las conchas son, sin duda, el pan dulce más popular y conocido de la vasta variedad de panes dulces mexicanos. Son bollos redondos de textura ligera con una característica capa dulce crujiente, marcada para asemejarse a una concha. La capa superior puede ser blanca, a veces aromatizada con canela, o de color (rosa, amarillo o, por ejemplo, marrón, debido a la adición de cacao en polvo).

En San Diego, las tiendas Foodland ofrecen conchas color calabaza con un tallo verde (de azúcar) en la parte superior. En este popular supermercado también se pueden encontrar conchas marrones, amarillas, blancas y rosas, según el panadero jefe, Edgar Pérez.

Es bien aceptado que muchos panes dulces mexicanos tienen influencia francesa, lo cual se evidencia en las conchas, con su miga ligera similar a la del pan brioche, probablemente desarrollada en algún momento del siglo XIX. Sin embargo, cabe destacar que el trigo se introdujo en las colonias españolas, específicamente en México, poco después de la conquista, por el siglo XVI, y que, apenas unas décadas más tarde, conventos y hogares españoles se habían propuesto reproducir panes, bollos salados y algunos pasteles, siguiendo recetas tradicionales españolas, incluso antes de que se fundaran las panaderías en la Nueva España.

Hacia finales del siglo XX o a

principios del actual, una variación de la clásica concha comenzó a aparecer en los restaurantes mexicanos. En lugar de hacerle cortes a la superficie para que pareciera una concha, se dejaba intacta la capa blanca sobre el bollo. Estas conchas modernas son ahora un producto regular.

Las conchas de BakeMark® son panes dulces mexicanos tradicionales elaborados con la mezcla Trigal Dorado® Concha Mix, un ingrediente popular en las panaderías para crear conchas auténticas y consistentes. Esta mezcla proporciona una base de pan suave con una cobertura dulce que recuerda a una concha marina y se puede usar para crear conchas con sabores clásicos y de temporada.

Los comerciantes pueden llevar la esencia del otoño a su panadería con las conchas de Calabaza y Especias, una deliciosa versión de un sabor de temporada favorito. Usando la mezcla Trigal Dorado® Concha Mix y la especia de calabaza Westco® Pumpkin Spice, usted puede infundir fácilmente la concha clásica con los cálidos sabores de canela, nuez moscada y calabaza, ideal para los clientes que buscan algo reconfortante y familiar a medida que baja la temperatura. Esta receta es una adición atractiva a su menú, que combina la textura suave y esponjosa de las conchas con el sabor tan apreciado de las especias otoñales.

Más adelante, al acercarse la primera semana de enero, Panchita's Bakery, que tiene cuatro sucursales en San Diego, ofrece una especialidad creativa conocida como la rosca con queso. La panadería comenzó a preparar este producto navideño hace cinco o siete años, según Elizabeth Pérez Ávila, vicepresidenta de la panadería familiar.

Durante todo el año, la panadería continúa ofreciendo panes y bollos auténticos. Los bolillos frescos todavía se venden a 50 centavos cada uno, explica Ávila, y añade que su madre les enseñó la importancia de un precio bueno.

"Queremos mantener el mismo precio para nuestros clientes," dice Ávila. "Con nuestro pan, tratamos de mantener la tradición. Así que, si algo funciona, ¿por qué cambiarlo?"

En Escondido, justo al norte de San Diego, Aurora's Bakery exhibe 51 productos en sus estantes, incluyendo las conchas y los bolillos. Otro favorito es el pan chapín, un pan en espiral con semillas de sésamo encima.

"Vendemos muchos bolillos, pero las conchas son las que más vendemos," dice la dueña, Susana Gallego. P

El futuro de los pasteles tres leches

La investigación de diversos relatos históricos lleva a muchos a la conclusión de que el concepto del pastel tres leches se originó en la Inglaterra medieval, según Monarca Bakery & Café, que cuenta con una docena de sucursales en el sur de California. La panadería Monarca fue fundada en 2006 por Ricardo Cervantes y Alfredo Livas, quienes se inspiraron en el pan dulce y los pasteles que disfrutaban desde su infancia en su ciudad natal en México.

Hace más de un siglo, la gente usaba todo y no desperdiciaba nada. El pan duro se remojaba en leche para hacerlo comestible, y desde allí se extendió al resto de Europa Occidental antes de la colonización de Latinoamérica.

La colonización inglesa de Nicaragua en el siglo XVII también trajo consigo postres ingleses, como leche y pan. Durante los dos siglos siguientes, la producción de caña de azúcar y ganado en Nicaragua se disparó, y una vez que la leche enlatada llegó a los supermercados en la década de 1850, nacieron los primeros pasteles tres leches. La receta se extendió hacia el norte, llegando a México, donde, en la década de 1930, la leche evaporada en lata se popularizó en toda Latinoamérica. La receta del pastel de tres leches incluía leche evaporada marca Carnation, leche condensada azucarada y leche regular. Desde

entonces, este pastel se ha convertido en un clásico de México.

"Los pasteles tres leches son los más populares," comenta Susana Gallego, propietaria y pastelera de Aurora's Bakery en Escondido, California. "Hacemos pasteles redondos de 6, 8 y 10 pulgadas."

Las redes sociales han abierto la puerta a la creación de mayores conexiones en línea a través de plataformas como Instagram.

"Usamos Instagram y estamos considerando aceptar pedidos de pastel en línea," explica Elizabeth Pérez Ávila, vicepresidenta de Panchita's Bakery, que cuenta con cuatro sucursales en San Diego.

Tras la pandemia de Covid, para Aurora's Bakery fue más difícil gestionar los pedidos de pastel personalizados.

"Dejamos de hacer pasteles personalizados. Ahora vendemos los pasteles que exhibimos en vitrina," explica Gallego. "Está funcionando bien."

Las celebraciones están cambiando, y The Knot Worldwide, plataforma tecnológica líder a nivel mundial para la organización de celebraciones, acaba de publicar su primer Informe sobre el Futuro de las Celebraciones, que ofrece una perspectiva sobre cómo las personas están conectando a través de las experiencias compartidas. El informe se basa en una nueva encuesta a más de 1,000 personas en EE. UU. y en información propia de la plataforma de The Knot Worldwide en EE. UU., Reino Unido, Francia y España.

A continuación, las principales temas y conclusiones del informe de The Knot Worldwide, centrado en los hallazgos en EE. UU., salvo que se indique lo contrario:

#1. La epidemia de la soledad persiste.

Menos de un tercio de los usuarios estadounidenses encuestados por The Knot Worldwide asisten semanalmente a reuniones sociales en persona y menos de la mitad se sienten muy conectados con sus amigos.

Casi 7 de cada 10 personas de la Generación Z (69%) afirman experimentar soledad social, en comparación con el 57% de los Milenios.

Ocho de cada 10 personas creen que en el mundo actual no se celebra lo suficiente.

#2. La gente combate la soledad conectándose con los demás.

En la misma encuesta, dos tercios afirmaron haber tomado o planean tomar medidas para combatir la soledad este año, y el 41% planea organizar una celebración.

Casi todos (92%) creen que participar en las celebraciones mejora su bienestar emocional y el 88% cree que las celebraciones tienen el poder de combatir la soledad. Este nuevo hallazgo coincide con las conclusiones del Informe de Tendencias Nupciales de 2025 de The Knot Worldwide, que reveló que, a pesar de las dificultades económicas, una impresionante mayoría (95%) de las parejas comprometidas siguen ilusionadas con el día de su boda, y aproximadamente ocho de cada diez creen que valdrá la pena la inversión.

El 85% considera que las celebraciones son una parte esencial de su salud general.

#3. Las celebraciones cotidianas están en auge.

Los encuestados desean más celebraciones cotidianas, y los mercados de agricultores, la música en vivo, los clubes de lectura, los clubes deportivos y los clubes de fitness/carreras y caminatas encabezan la lista.

Según los datos de producto propio de The Knot Worldwide, las celebraciones más comunes incluyen las fiestas de cumpleaños de adultos, bodas, fiestas de empresa, fiestas de cumpleaños infantiles y los eventos comunitarios. Los principales destinos para las fiestas en EE. UU., según las solicitudes de proveedores enviadas a través de The Knot Worldwide, incluyen Nueva York, Chicago y Los Ángeles.

#4. Los momentos especiales siguen impulsando la economía de la alegría.

Según las solicitudes de los proveedores, las categorías más populares por tipo de evento incluyen mariachis para los cumpleaños de adultos; Papá Noel para las fiestas navideñas; pintacaras para las fiestas infantiles; gaiteros para los funerales; y caricaturistas para los eventos corporativos.

Entre las categorías de proveedores emergentes en comparación con 2024 se incluyen saxofonistas (+26%), cantantes-guitarristas (+11%) y lectores de tarot (+11%).

Según los datos de The Knot Worldwide, el gasto medio por reserva para fiestas en EE. UU. ha aumentado un 6% interanual. P

OPORTUNIDADES EMERGENTES

Elizabeth Pérez Ávila, vicepresidenta de Panchita's Bakery, que cuenta con cuatro sucursales en San Diego, destaca la importancia de las técnicas tradicionales en la elaboración diaria de sus auténticos panes, pasteles y repostería.

Las empanadas se elaboran con una masa madre original, siguiendo una receta inspirada en las raíces familiares de la ciudad mexicana de Guadalajara. Cabe destacar que las empanadas tradicionales de Guadalajara suelen ser menos dulces. Sin embargo, para atraer a un público más amplio, incluyendo a la Generación Hispana Z, los panaderos de Panchita's las endulzan ligeramente con una pizca de sal.

Otro ejemplo de cómo buscan atraer a un público más diverso se encuentra en sus populares brownies. Panchita's hornea sus brownies con una generosa cantidad de fudge y nueces. "Nuestros clientes son principalmente mexicoamericanos, y los de tercera generación ahora traen a sus hijos," comenta Ávila de Panchita's, un negocio familiar que abrió sus puertas en 1983. "Le hemos dado un toque especial a ciertos platillos que le gusta a la generación más joven. Por ejemplo, las canastitas de cajeta y las conchitas de calabaza. Nos distinguimos por nuestros sabores."

Durante el otoño, la panadería Aurora's Bakery en Escondido, California, se prepara para las festividades importantes como el Día de los Muertos elaborando el tradicional pan de muerto. Este pan dulce enriquecido se prepara con ralladura de naranja y anís.

"Elaboramos el tradicional pan de muerto porque es lo que nuestros clientes desean," explica Susana Gallego, propietaria y panadera de Aurora's Bakery. "Antes empezábamos a prepararlo tres días antes del Día de Muertos, pero ahora nos lo piden con dos semanas de anticipación."

Lo mismo ocurre con la rosca de reyes que se elabora en enero, para el Día de los Reyes. Este pan, con su apariencia de joyas, simboliza los regalos ofrecidos al Niño Jesús, y en su interior se encuentra una figurita de plástico que representa al recién nacido Mesías. Si le toca la figurita en su rebanada, la tradición dicta preparar tamales para todos el 2 de febrero, Día de la Candelaria.

"El año pasado, empezamos a hacer las roscas con cuatro días de anticipación y se agotaron," comparte Gallego.

Los consumidores hispanos representan un segmento influyente y de rápido crecimiento, que impulsa un crecimiento significativo del mercado en diversas industrias. El Manual Hispano de Circana ofrece información detallada sobre los comportamientos y preferencias de compra de estos clientes, lo que permite a las empresas alinear sus productos, mensajes y estrategias de marketing para conectar mejor con este público clave. "Nuestros clientes se enfrentan a complejos desafíos para mantenerse competitivos en un contexto de cambios constantes en los hábitos de consumo y las variables económicas," afirmó Jeremy Allen, director comercial de Circana. "Estas soluciones cubren estas dificultades, proporcionando información detallada y práctica. Desde la identificación de riesgos y oportunidades hasta la optimización de estrategias de crecimiento en categorías específicas, hemos creado herramientas innovadoras para la toma de decisiones informadas."

Para el público hispano, los espacios digitales representan conexión, identidad e influencia. Sin embargo, muchos anuncios no dan en el blanco según el estudio de Nielsen de las tendencias de los consumidores hispanos para 2025. Una tendencia clave es que los compradores hispanos muestran un 15% más de intención de compra a través de anuncios en redes sociales. Fundamentalmente, el 52% busca una representación auténtica, cifra que asciende al 59% entre los usuarios hispanohablantes.

Las recomendaciones de Nielsen incluyen dirigirse al público hispano con alta intención de compra, que tiene un 62% más de probabilidades de interactuar con anuncios en podcasts que el oyente promedio. Asimismo, se recomienda ofrecer anuncios culturalmente auténticos que satisfagan su demanda de representación y generen resultados.

En todo el país, cada vez hay más ejemplos de panaderías hispanas que buscan atraer a un público más amplio para aumentar las ventas y la fidelización de sus clientes.

Aunque originarios de la Ciudad de México, David y José Cáceres tomaron las técnicas tradicionales de panadería mexicana de su madre y llegaron a Estados Unidos con el sueño de compartir su cultura a través de la comida. Su panadería y restaurante, La Panadería, comenzó humildemente como un vendedor en un mercado local de agricultores en 2011. En tan sólo 14 años, el concepto de los hermanos alcanzó una enorme popularidad, generando largas filas a diario frente a sus restaurantes.

David y José se enorgullecen de compartir su cultura con la gente de San Antonio a través de la panadería tradicional mexicana, y también les entusiasma contribuir a su comunidad mediante la creación de empleos (200 empleados, más de 100 personas más que en 2022) y la creación de una fundación comunitaria que actualmente está en proceso.

La economía latina en Estados Unidos es una de las de mayor crecimiento en el mundo, lo cual no sorprende, considerando negocios como La Panadería, que crecen a un ritmo exponencial. En los últimos tres años, el volumen de ventas de La Panadería se ha triplicado. ¿Qué significa esto en términos de productos vendidos?

Se vendieron 1,324,494 piezas de pan dulce en un año.

Se vendieron 436,038 conchas en un año.

Se vendieron 66,399 pasteles en un año.

Se vendieron 29,479 panes en un año.

Además de ofrecer productos tradicionales, David y José no temen adaptarse a los tiempos modernos. David suele estar en la cocina creando versiones nuevas y originales de pan dulce, como la Concha de Chocolate Dubai, o una versión con inspiración mexicana del clásico croissant de almendra: el Croissant de Almendra con Tequila. Los hermanos también han introducido el café con leche (latte) con espuma fría que ha resultado ser muy popular, demostrando que pueden honrar su cultura y, al mismo tiempo, adaptarse al público estadounidense moderno.

La última innovación de la panadería hispana es el pan de muerto elaborado con ceniza de Totomoxtle (hojas de maíz quemadas) hecho a mano, que estuvo disponible por tiempo limitado del 24 de octubre al 2 de noviembre, exclusivamente en sus tiendas. La Panadería tiene varias sucursales, todas ubicadas en San Antonio, Texas, donde se lleva a cabo una de las celebraciones del Día de los Muertos más grandes de Estados Unidos.

"Con la pasión y creatividad con las que elaboramos nuestro pan, La Panadería honra y recibe a nuestros difuntos con mucho amor y respeto, esperando su regreso para reencontrarnos y recordar que muchos de nuestros mejores momentos juntos los pasamos alrededor de la mesa compartiendo pan," dice Azucena Nuño, jefa de pastelería de La Panadería.

"El Día de los Muertos es una parte fundamental de nuestra cultura," añade José Cáceres, cofundador de La Panadería. "El Pan de Muerto honra a nuestros seres queridos que ya no están con nosotros. Cuando veo la Ofrenda y la imagen de mi madre, se me parte el corazón. La Ofrenda siempre me da la luz para seguir adelante."

El Pan de Muerto Totomoxtle combina la cultura, el simbolismo y el arte natural. Totomoxtle es la palabra náhuatl para hoja de maíz. Los panaderos de La Panadería queman las hojas a mano para crear una ceniza totalmente natural, que luego se mezcla con azúcar para darle al pan su intenso color negro, que representa el duelo y la purificación simbólica de la energía del año que termina.

El relleno se elabora completamente en casa, cocinando a fuego lento camotes con ingredientes tradicionales mexicanos. El relleno, de un vibrante color naranja natural, ofrece un contraste ligeramente dulce y no requiere colorantes artificiales.

Aunque llamativa a la vista, la ceniza sólo aporta un sutil toque ahumado al sabor del pan. Esta propuesta se basa tanto en el simbolismo ancestral como en la técnica culinaria contemporánea.

En otras partes del país, las panaderías hispanas más importantes están aumentando su influencia. Fundada en 1972 en Hialeah, Florida, por los inmigrantes cubanos Antonio y Gelasia Cao, Vicky Bakery ha pasado de tener un solo local a convertirse en una próspera empresa familiar con 30 sucursales en toda Florida, y con planes de seguir expandiéndose. Sus clientes acuden en masa para disfrutar de sus panes, pasteles, postres, sándwiches, café y más.

En honor al Día del Pastelito, el 9 de octubre, Vicky Bakery celebró su aniversario con una dulce promoción: pastelitos a sólo 72 centavos todo el día (precio regular alrededor de $2.50, según el sabor y la sucursal) en las tiendas participantes. La celebración no terminó ahí; Vicky Bakery también organizó un sorteo en las redes sociales. Dos afortunados ganadores, uno en Instagram y otro en TikTok, recibieron un paquete Vicky Care y un año entero de pastelitos gratis.

La historia de Vicky Bakery es una historia de amor, tradición y perseverancia. Antonio y Gelasia se enamoraron hace más de 50 años mientras trabajaban en La Vencedora, la panadería más famosa de Cuba en aquel entonces. Tras emigrar a Miami como exiliados políticos, ahorraron lo suficiente para comprar una pequeña panadería, que desde entonces se ha convertido en un próspero negocio con una fuerte presencia en el sur de Florida, logrando así el sueño americano. P

PANCHITA'S BAKERY

3803 32ND STREET
SAN DIEGO, CALIFORNIA
(619) 255-5498
ELIZABETH PEREZ AVILA, VICEPRESIDENTA

Para clientes que buscan comida mexicana casera para llevar, Panchita's Kitchen & Bakery ofrece opciones para llevar y de autoservicio rápidas y convenientes en todo San Diego. Los clientes pueden elegir entre nuestra deliciosa selección de burritos, tacos y quesadillas, todos recién hechos y perfectamente empacados para cualquier momento del día.

Por eso, Panchita's es conocida como la "joya escondida" de la escena gastronómica en San Diego.

Esta popular panadería opera varias sucursales en North Park, Golden Hill y Barrio Logan, además de su popular cafetería-panadería.

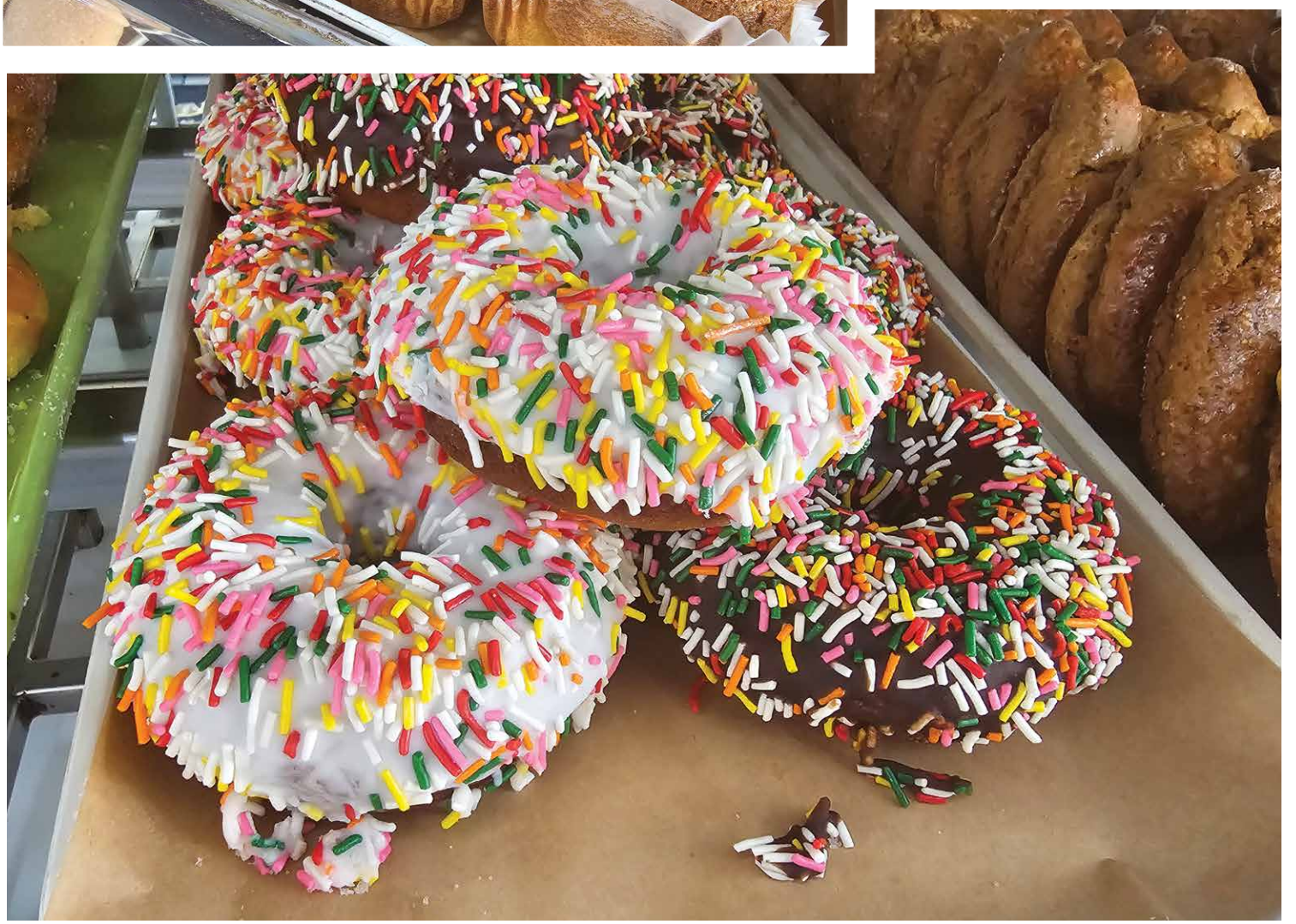
Los clientes elogian enormemente este innovador negocio, que cuenta con cuatro sucursales en San Diego, incluyendo

Panchita's Kitchen & Bakery, donde pueden disfrutar del autoservicio para sus productos de panadería favoritos y comidas rápidas para llevar. Entre sus muchas y deliciosas ofertas se encuentran los burritos y los sándwiches de croissant para el desayuno.

El servicio de catering es otro componente clave de su negocio. Desde deliciosos chilaquiles y empanadas artesanales hasta una variedad de sabrosos tacos, tenemos todo lo que necesita para su próximo evento.

En esta particular mañana lluviosa de octubre, el negocio está en auge.

"Cuando llueve, el negocio arranca,"



Automatice su Panaderia

VEMAG

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**

REISER

REISER® BUILT ON TRUST

2023

comparte Elizabeth Pérez Ávila, vicepresidenta de la panadería familiar, fundada en 1983 por su madre, María Cruz Ávila.

A principios de los 80, María Cruz Ávila buscó abrir una panadería y pidió prestados $5,000 para iniciar el negocio familiar, explica su hija. El lugar elegido ya era una panadería, con horno y materiales.

"Somos un verdadero negocio familiar, una de las primeras panaderías mexicanas en San Diego, propiedad de una mujer," dice Elizabeth Pérez Ávila con orgullo.

Hoy en día, el negocio familiar está dirigido por Elizabeth y su hermana y propietaria, Kizzy Walsh, junto con su hermano, Andrés Puente Ávila. "Todos en nuestra familia trabajamos en el negocio. Es como un punto de partida para todos," dice Elizabeth. P

WESTCO®

¡NUEVOS! RELLENOS DE CREMA

EXCELENCIA *con facilidad*

Ofrezca un sabor intenso y una textura suave sin complicaciones. Estos rellenos de crema vienen listos para usar para reducir el tiempo de preparación mientras que amplían su gama de sabores y le brindan consistencia impecable en cada tanda.

BAKEMARK®

Ingredients & Manufacturing...Delivered®

www.bakemark.com

AURORA'S BAKERY

637 W. 9TH AVE.
ESCONDIDO, CALIFORNIA
(442) 248-8722
SUSANA GALLEGO, PANADERA Y PROPIETARIA

Celebrando su 20.º aniversario este año, Aurora's Bakery (anteriormente Village Bakery) en Escondido, California, es un tesoro que los clientes de todo el sur de California pueden descubrir y disfrutar.

"Quería tener mi propio negocio," señala Susana Gallego, quien inició la panadería familiar en 2005. "Abrimos nuestro primer local cerca de aquí y nos mudamos a este hace siete años."

Abriendo a las 5:00 de la mañana, los siete días de la semana, esta popular panadería deleita a sus clientes con auténticos pasteles tres leches, empanadas rellenas de múltiples sabores y otras especialidades como las crujientes y sabrosas orejas. Los hojaldres se ofrecen en dos sabores: piña y fresa.

BakeMark® ha sido un proveedor de confianza de Aurora's desde el inicio de su negocio.

"Nuestros clientes adoran la calidad de nuestro producto. Hemos trabajado con BakeMark® desde el principio. Puedo contar con su consistencia y calidad. Si alguna vez cambiara el sabor, nuestros clientes lo notarían de inmediato. Se dan cuenta." La mayoría de los clientes entran cuando van pasando por el área, y se hornean productos frescos todos los días. Tienen ocho empleados, y la mayoría ha trabajado aquí desde que abrieron.

Originalmente, la panadería tenía una gama de productos más amplia. Empezaron como taquería, panadería y heladería. Finalmente, Gallego escuchó atentamente a sus clientes, quienes le dijeron que lo que más les gustaba era la panadería.

"Nos tomó tres o cuatro años eliminar los tacos y los helados. Esto nos permitió concentrarnos en la panadería," explica Gallego. "Hacemos todo a mano. Me encanta trabajar aquí. Este es mi hogar." P

Tradición panadera y pastelera desde 1868

Si busca levaduras e ingredientes de panadería y pastelería de primera calidad, soluciones de procesos personalizadas y un servicio de atención al cliente siempre dispuesto a colaborar, puede contar con AB Mauri. Trabajaremos para usted, incluso durante las fiestas.

AB MAURI
BAKERY INGREDIENTS

AB MAURI
Passionate About Baking™

Fleischmann's® Yeast

abmna.com · 1.800.772.3971

©2025 AB Mauri Food Inc.

FOODLAND MERCADO

920 CARDIFF STREET
SAN DIEGO, CA 92114
(619) 465-0211
EDGAR PEREZ, PANADERO JEFE

Foodland Mercado, uno de los mercados hispanos favoritos de San Diego, se enorgullece de ofrecer productos y servicio de calidad a todos sus clientes.

"Nuestro departamento de panadería ofrece pasteles y repostería de primera calidad para cualquier ocasión," explica la compañía. Edgar Pérez, el innovador panadero de la tienda, trabaja diligentemente junto con su personal para garantizar que los pasteles, panes dulces y antojos de la más alta calidad estén disponibles en los estantes todos los días.

Desde pasteles personalizados hasta una gran variedad de pan dulce, todos sus productos horneados se elaboran en la tienda, lo que garantiza un sabor fresco y dulce.

Los pasteles están disponibles en una variedad de tamaños y sabores: tres leches, red velvet, crema bávara de chocolate y más. Las opciones de tamaño son ideales para las familias de todos los tamaños, incluyendo pasteles de un cuarto de hoja, de media hoja y redondos.

Además, Foodland se especializa en repostería única para toda ocasión. Sus productos distintivos incluyen tacitas de postre de mango o mousse de chocolate, barras de limón y paletas de cheesecake. Otros productos destacados son el pastel lava de chocolate con mantequilla de cacahuete y fudge, cheesecake cubierto de chocolate, mini pastel de mantequilla dorada y cannoli con queso crema.

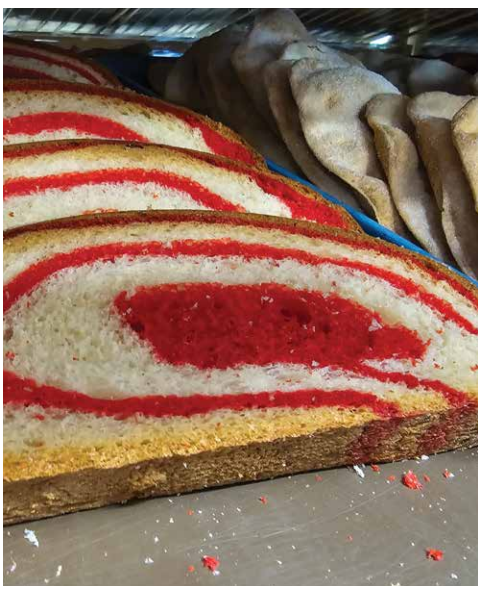
Las mesas individuales ubicadas frente a las vitrinas refrigeradas ofrecen una amplia variedad de productos de panadería en tamaño grande y mini.

Hay mini polvorones, orejitas (minis de 20 onzas), mini galletas, pasteles de calabaza o plátano, mini coricos (galletas de maíz), galletas de coco y pasteles redondos de chocolate con dulces M&M.

Las opciones de sabores exclusivos incluyen galletas de mantequilla u hojarascas (galletas dulces de mantequilla).

Las tortillas de harina se preparan frescas en la tienda todos los días. "Somos famosos por ellas," explica Pérez.

Además, la tienda prepara salsa fresca en una variedad de sabores todos los días. La autenticidad y la frescura son características distintivas de esta innovadora tienda en San Diego. P



GOYO'S PANADERÍA

655 E. LINCOLN AVE. STE C
ESCONDIDO, CALIFORNIA
(760) 871-6000
GREG ORLA, PROPIETARIO

Desde sus inicios, Goyo's Panadería se especializó en auténticos productos de panadería hispana. La panadería, que abrió sus puertas el 13 de agosto de 2007 en Escondido, California, justo al norte de San Diego, continúa creciendo y añadiendo nuevos productos, para el deleite de sus fieles clientes.

Hoy, además de panes y pasteles, Goyo's ofrece auténticos tamales, donas y croissants.

Dos veces al día, los panaderos ofrecen pan fresco para que los clientes puedan disfrutar de los sabores más frescos recién salidos del horno. Entre los productos más vendidos se encuentran las conchas, disponibles en tres sabores.

La panadería abre a las cinco de la mañana, y cierra a las nueve de la noche, todos los días.

"Lo que nos distingue son nuestros precios," dice Greg Orla, panadero y propietario. "El precio es muy importante para nuestros clientes. Estamos haciendo un excelente negocio."

Cuando la panadería abrió sus puertas hace casi 20 años, la ciudad de Escondido comenzaba a acelerar su crecimiento. El nombre de la ciudad es "Escondido", pero no es ningún secreto que hay mucho que hacer aquí, según las autoridades municipales. Ubicada a sólo 30 millas al noreste del centro de San Diego y a 20 minutos de la costa, Escondido alberga importantes atracciones, hermosas bodegas, cervecerías artesanales, arte y cultura únicos, deliciosas experiencias culinarias y un encantador centro histórico.

El 1 de noviembre, la ciudad celebra la cultura, el arte y la comunidad en el 30.º Festival Anual del Día de los Muertos. Este apreciado evento combina elementos tradicionales y contemporáneos del Día de los Muertos a través del arte, la música, la danza, la comida y la conmemoración.

"Participamos en muchos festivales," dice Orla con orgullo. "En Navidad, vendemos muchos tamales. En enero, hacemos muchas roscas. Hacemos la tradicional, y aceptamos pedidos personalizados." P

■ **NUEVA BOLILLERA DOBLE CANAL**

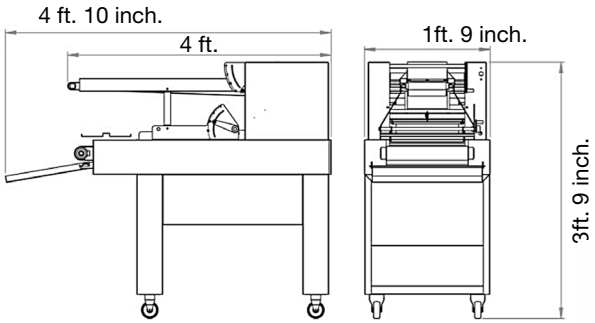
Puede hacer desde un sub sandwich loft a mini baguette, rancho o dinner roll y bolillos. Puede pesar, cortar y armar desde 2 a 12 onzas. Estos son los beneficios de formar varios y distintos productos con un solo equipo para distintos mercados y necesidades.

■ **NUEVO HORNO ROTATIVO**

Con panel digital programable. 99 programas/recetas.

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

BREAD MOLDER FORMER



■ **AMASADORAS A ESPIRAL**

capacidad desde. 30 lbs a 480 lbs de masa

mixers from 30 lbs. to 480 lbs

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 financiacion.

CE TÜV CERT ISO 9001 UL NSF ANSI

EL MILAGRO BAKERY

12040 FOOTHILL BLVD. #103
SYLMAR, CA. 91342
(818) 897-7414

El Milagro Bakery, ubicada en Sylmar, California, es una joya para los amantes del pan dulce mexicano y los platillos tradicionales. Con un enfoque en la calidad y autenticidad, esta panadería ofrece una amplia variedad de panes dulces pequeños, incluyendo conchas y empanadas.

Los clientes elogian su torta de milanesa, rellena con generosas porciones de aguacate, frijoles, queso, lechuga y tomate. El animado ambiente y servicio rápido realzan el encanto de este lugar favorito del área. Ya sea que usted pase por un bocado rápido o busca algo para una ocasión especial, la panadería El Milagro Bakery le brinda sabor y tradición.

El Milagro Bakery ofrece una deliciosa variedad de productos horneados mexicanos y platillos salados. Ubicada en 12040 Foothill Blvd Ste. 103, esta panadería es una de las favoritas tanto de los locales como de los viajeros.

El Milagro Bakery no sólo ofrece una variedad de tortas irresistibles, sino que también cuenta con una selección de panes dulces que satisfarán cualquier antojo. Con excelentes reseñas de los clientes, queda claro que la comida aquí es de primera calidad y vale la pena una visita para cualquier amante de la buena comida.

Desde sus mini conchas y bolillos hasta sus elotitos de piña y empanadas, El Milagro Bakery toma los sabores tradicionales mexicanos y los eleva a un nivel completamente nuevo. Ya sea que tenga antojo de una sabrosa torta milanesa o un dulce guateque, esta panadería tiene gustos para todos.

Pero no es sólo la comida lo que hace que los clientes regresen. Es el servicio rápido, el personal amable y el ambiente acogedor que convierten El Milagro Bakery en un destino favorito del área. P

ELOTES

BAKEMARK® PRODUCTOS UTILIZAR
#31634 Pan Fino Mix Trigal Dorado®
#17085 Manteca Multiusos BakeSense®
#35179 Levadura Fresca Trigal Dorado®

COBERTURA DE PASTA
1½ LB Azúcar granulada
1 ½ LB Azúcar en polvo
3 LB Manteca multiusos
2 OZ. Polvo para hornear
2 ½ LB Harina para repostería
2½ LB Harina para pastel
2 OZ. Huevos enteros
Colorante alimentario de su preferencia

Mezcle: Mezcle la masa siguiendo las instrucciones indicadas en cada bolsa de Trigal Dorado® Pan Fino Mix para una tanda pequeña. Deje reposar la masa por 15 minutos.
Cobertura de Pasta: Mezcle las dos azúcares y la manteca multiusos a velocidad baja durante 1 minuto, y luego a velocidad media durante 3 minutos. Agregue la harina para repostería y la harina para pastel. Mezcle durante 1 minuto a velocidad media o hasta que la pasta se adhiera a las paredes del tazón. Agregue los huevos y el polvo para hornear. Mezcle durante 1 minuto a velocidad media. Agregue el colorante alimentario al tono deseado.
Preparar: Divida la masa en trozos de 2 ½ oz. y redondee. Deje reposar 15 minutos. Estas bolas de masa también se pueden conservar refrigeradas hasta 24 horas.
Colóquelas sobre una rejilla para donas y estírelas hasta formar un óvalo alargado. Coloque la cobertura de pasta o el relleno de Trigal Dorado o Westco Flavorful de su elección en el centro del óvalo. Doble suavemente la masa sobre el relleno y selle los bordes.
Desarrollar y Hornear: Colóquelos con la costura hacia abajo en una bandeja para hornear forrada y déjelos reposar de 20 a 30 minutos. Hornee a 375°F hasta que adquieran un color dorado y luego cúbralos con azúcar granulada.
Terminar: Rodar los Elotes en azúcar granulada mientras todavía están calientes.

100% WHOLE WHEAT TELERA

BAKEMARK® PRODUCTOS UTILIZAR
#31632 Bolillo Bread Mix Trigal Dorado®
#35179 Levadura Fresca Trigal Dorado®

Mezcle: Trigal Dorado® Mezcle Bolillo Bread Mix según las instrucciones en la bolsa para una tanda pequeña. Mezcle durante 2 minutos a velocidad baja para integrar los ingredientes y luego continúe mezclando durante 10 minutos a velocidad media (la velocidad media es la 3.ª velocidad en una máquina de 4 velocidades), o hasta que esté completamente integrada.
Proof and Bake: La temperatura de la masa debe ser de 78-80°F después de mezclarla. El tiempo de fermentación es de aproximadamente 10-15 minutos. Divida y, con un rodillo, forme las teleras. Deje reposar durante aproximadamente 45 minutos a 95°F en una cámara de fermentación de humedad media. Hornee a 395°F por aproximadamente 15 minutos (con 10 segundos de vapor).

Soluciones con Productos de BakeMark®

BIZCOCHO MIX

Una mezcla extra rica diseñada específicamente para la elaboración de Conchas, Roscas de Reyes, Panes Daneses, Pan de Muerto y muchos otros tipos de pan dulce. Los productos elaborados con esta mezcla son tradicionalmente ligeros y suaves, y garantizan una conservación excepcional, tanto para los productos frescos como envasados. Sólo se requiere agregar agua y levadura para realizar una producción consistente y rápida.
Para obtener más detalles, visite www.bakemark.com.

BOLILLO MIX

Pocos tipos de pan gozan de tanto respeto como el tradicional Bolillo. El bolillo es el pan básico en gran parte de Latinoamérica. Hemos preservado esta tradición creando una mezcla que producirá todas las características que usted y sus clientes desean, desde su crujiente corteza dorada hasta su centro suave y sabroso. Sólo requiere agua, levadura y sus manos expertas.
Para obtener más detalles, visite www.bakemark.com.

GLASEADO BRILLANTE

Llamar la atención a sus pasteles y satisfacer los antojos dulces de sus clientes son dos claves para realizar una línea exitosa de pasteles y repostería, y el glaseado brillante Sprinkelina® Glitter Glaze ofrece ambas cosas. Sólo vierta y extienda, el glaseado brillante Sprinkelina® viene en bolsitas ya listas para usar, es estable a la congelación y descongelación y está disponible en una variedad de colores y sabores frutales populares.
Para obtener más información, visite www.bakemark.com.

CHURROS CONGELADOS TRIGAL DORADO®

Ofrezca el auténtico sabor que los consumidores buscan, reviviendo el sabor y la experiencia que ellos recuerdan con cariño. Toda la familia, desde pequeños hasta mayores, disfrutará su auténtico sabor y variedad. Son perfectos para cualquier ocasión y para una amplia gama de consumidores que buscan un antojo dulce y delicioso. Los Churros Trigal Dorados están disponibles en 4 excelentes variedades, incluyendo recetas sencillas y con relleno. Le proporcionamos conveniencia con nuestros churros congelados que vienen completamente cocidos, listos para freír o calentar en el horno y ser cubiertos con canela y azúcar. Fáciles de preparar y siempre deliciosos.
Para obtener más información, visite www.bakemark.com.

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

TRADITIONAL *Conchas*

Conchas are, undoubtedly, the most popular and best-known pastry in the vast collection of Mexican sweet breads (pan dulce), according to MySliceofMexico.ca. They are round buns with a light texture and a characteristic crumbly top layer, scored to resemble a seashell (concha, in Spanish). This top layer may be white, sometimes flavored with cinnamon, or colored (pink, yellow or, for example, brown from the addition of cocoa powder).

In San Diego, Foodland stores feature conchas in pumpkin colors with a green stem (sugar) on top. Conchas at this popular grocery store also are available in brown, yellow, white, and pink, according to head baker Edger Perez.

It is well accepted that many Mexican pastries have a French influence, which is maybe evident in conchas, with their light brioche-like crumb, probably developed sometime in the 19th century. However, it is worthwhile noting that wheat was introduced in the Spanish colonies, specifically in Mexico, soon after the conquest was completed, way back in the 16th century and that, just a few decades later, convents and Spanish homes had taken the challenge of reproducing loaves of bread, savory buns and some pastries, following traditional Spanish recipes, even before panaderías (bakeries) had been created in the New Spain.

Toward the end of the 20th century or the beginning of this one, a variation of the

classic concha started to appear in Mexican restaurants. Instead of scoring the topping to look like a shell, it was left intact as a white blanket on top of the bun. These are now a standard offering, called conchas modernas.

BakeMark® conchas are traditional Mexican sweet breads made using BakeMark® Trigal Dorado® Concha Mix, a popular ingredient for bakeries to create consistent, authentic conchas. This mix provides a soft bread base with a sweet, seashell-like topping and can be used to create both classic and seasonal concha flavors.

Retailers can bring the essence of fall to your panadería with Pumpkin Spice Conchas, a delightful seasonal take on a traditional favorite. Using Trigal Dorado® Concha Mix and Westco® Pumpkin Spice, you can easily infuse the classic concha with warm flavors of cinnamon, nutmeg, and pumpkin—perfect for customers seeking something cozy and familiar as the weather cools. This recipe is an inviting addition to your menu, combining the soft, pillowy texture of conchas with the beloved taste of autumn spices.

Later, as the first week of January approaches, Panchita's Bakery, which has four locations in San Diego, features a creative specialty known as rosca con queso. The bakery started making this holiday special about five to seven years ago, according to Elizabeth Perez Avila, vice president of the family bakery business.

Year-round, the bakery continues to feature authentic breads and rolls. Fresh bolillos still sell for 50 cents a piece, explains Avila, adding that their mother taught them the importance of good value.

"We want to keep the same price for our customers," Avila says. "For our bread, we try to keep the tradition going. So, if it's not broken, don't fix it."

In Escondido, just north of San Diego, Aurora's Bakery features 51 spaces on their display shelves, including the top-selling conchas and bolillos. Another favorite is pan chapin, a spiral-shaped bread with sesame seeds on top.

"We sell a lot of bolillos, but we sell the most conchas," says owner Susana Gallego. P

The Future of Tres Leches Cakes

Investigating multiple historical accounts leads many to the conclusion that the tres leches concept originated in medieval England, according to Monarca Bakery & Café, which has a dozen locations in Southern California. La Monarca Bakery was founded in 2006 by Ricardo Cervantes and Alfredo Livas, who were inspired by the pan dulce and pastries they grew up enjoying in their hometown in Mexico.

More than a century ago, people made use of everything to leave no waste. Stale bread was soaked in milk to make it palatable and from there it made its way down to the rest of Western Europe before colonization in Latin America.

The English colonization of Nicaragua in the 1600s also meant English desserts, like milk and bread, were brought over as well. Over the next two centuries, sugarcane and cattle production in Nicaragua would skyrocket and once canned milk hit the shelves in the 1850s, the first tres leches cakes were born.

The recipe made its way north into Mexico where, in the 1930s, evaporated milk in cans was popularized across Latin America. The tres leches cake recipe featured Carnation brand evaporated milk, sweetened condensed milk, and regular milk. The cake has been a staple in Mexico ever since.

"Tres leches cakes are our most popular," shares Susana Gallego, owner and baker at Aurora's Bakery in Escondido, California. "We make 6-inch,

8-inch, and 10-inch round cakes."

Social media has opened the door for building greater connections online through social media sites like Instagram.

"We do have Instagram, and we are looking to do cake orders online," explains Elizabeth Perez Avila, vice president of Panchita's Bakery, which has four locations in San Diego.

After the Covid pandemic, it became much more difficult for Aurora's Bakery to handle custom cake orders.

"We stopped making custom cakes. Now we sell cakes out of our cases," Gallego explains. "It is working well for us."

Celebrations are changing shape, and The Knot Worldwide, a leading global technology platform powering celebrations, just released its inaugural Future of Celebrations Report, providing a look at how people are embracing connection through shared experiences. Drawing on a new survey of more than 1,000 people in the U.S. and proprietary insights across The Knot Worldwide platform in the U.S., U.K., France, and Spain.

Top themes and takeaways from The Knot Worldwide 2025 Future of Celebrations Report, focusing on findings in the U.S. unless otherwise noted:

#1. The loneliness epidemic persists

Less than a third of users in the U.S. surveyed by The Knot Worldwide are attending in-person social gatherings weekly and less than half feel very connected to their friends.

Nearly 7 in 10 Gen Zers (69%) report experiencing social loneliness compared to 57% of Millennials.

Eight in 10 people believe people don't celebrate enough in today's world.

#2. People are fighting back with connection

In the same survey, two-thirds said they have taken or plan to take steps to combat loneliness this year, with 41% planning to host a celebration.

Nearly all (92%) believe participating in celebrations improves their emotional well-being and 88% believe celebrations have the power to combat loneliness. This new finding closely aligns with takeaways from The Knot Worldwide's 2025 Wedding Trends to Watch Report, which revealed that despite economic challenges, an overwhelming majority (95%) of engaged couples remain excited about their upcoming wedding day, with approximately eight in ten believing it will be worth the investment.

Eighty-five percent view celebration as an essential part of their overall health.

#3. Everyday celebrations are on the rise

Survey respondents are hungry for more everyday celebrations, with farmer's markets, live music, book clubs, sports clubs, and fitness/run and walk clubs topping the list.

According to The Knot Worldwide's proprietary product data, the most common celebrations include adult birthday parties, weddings, work parties, kids' birthday parties, and community events.

The top U.S. party destinations based on vendor requests submitted via The Knot Worldwide include New York City, Chicago, and Los Angeles.

#4. Milestone moments continue to drive the joy economy

Based on vendor requests submitted, the top trending vendor categories by event type include mariachi bands for adult birthdays; Santa for Christmas parties; face painting for kids' birthday parties; bagpipers for funerals; and caricaturists for corporate events.

Emerging vendor categories in comparison to 2024 include saxophonists (+26%), singer-guitarists (+11%) and tarot card readers (+11%).

Based on The Knot Worldwide product insights, median spend on parties in the U.S. per booking is up 6% year-over-year. P

EMERGING OPPORTUNITIES

Elizabeth Perez Avila, vice president of Panchita's Bakery, which operates four retail locations in San Diego, points out the importance of time-tested techniques in the daily production of their authentic breads, cakes and pastries for their customers.

Empanadas are made with an original starter, with a recipe influenced by the family's roots in the Mexican city of Guadalajara. What's notable is that traditional empanadas made in Guadalajara tend to be less sweet. But to appeal to a broader customer base, including more Gen Z Hispanics, Panchita's bakers make their empanadas a bit sweeter with a pinch of salt.

Another example of appealing to a broader customer base can be found in their popular brownies. Panchita's bakes their brownies with an extra amount of fudge with nuts.

"Our customers are primarily Mexican Americans, and our third-generation customers are now bringing in their own kids," says Avila of Panchita's, a family-owned business that opened in 1983. "We've done a twist on certain things that the younger generation likes. Items like cajeta canastitas (little baskets) and pumpkin conchitas. We're known for our flavors."

In the fall months, Aurora's Bakery in Escondido, California, gears up for important holidays such as Día de los Muertos by producing traditional pan de muerto. This enriched sweet bread is made with orange zest and anise.

"We make traditional pan de muerto because that is what our customers want," explains Susana Gallego, owner and baker at Aurora's Bakery. "We used to start making pan de muerto three days prior to Día de los Muertos, but now customers are asking for it two weeks in advance."

The same is true for producing traditional rosca de reyes in January prior to Día de Reyes (Three Kings' Day). The bejeweled-looking bread symbolizes the gifts given to baby Jesus, and inside the bread is a little plastic baby, representing the newborn messiah. If you get the baby in your slice, the tradition is for you make tamales for everyone on Feb. 2, or Candelaria Day.

"Last year, we started making rosca four days in advance and we sold out," Gallego shares.

Hispanic shoppers represent a rapidly growing and influential segment, driving significant market growth across industries. Circana's Hispanic Playbook offers detailed insights into these customers' purchasing behaviors and preferences, enabling companies to align products, messaging, and marketing strategies to better engage this key audience.

"Our clients are facing intricate challenges in staying competitive amidst shifting consumer habits and economic variables," said Jeremy Allen, chief commercial officer for Circana. "These solutions bridge the gaps, providing insights that are not only granular but also actionable. From identifying risk and opportunities to optimizing growth strategies in specific categories, we've created first-of-their-kind playbooks for informed decision-making."

For Hispanic audiences, digital spaces are about connection, identity, and influence. But many ads miss the mark, according to Nielsen's 2025 trends for Hispanic consumers. One key trend is Hispanic shoppers show a 15% higher purchase intent from social ads. Crucially, 52% seek authentic representation, rising to 59% among Spanish-dominant viewers.

Calls to action from Nielsen include targeting high-intent Hispanic audiences, who are 62% more likely to act on podcast

ads than average listeners. Also, deliver culturally authentic ads that meet their demand for representation and drive results.

Across the country, a growing number of examples exist among Hispanic bakeries targeting a broader audience to increase sales and customer loyalty.

Though originally from Mexico City, David and Jose Cáceres took their mother's traditional Mexican baking techniques and came to the United States with a dream of sharing their culture through food. Their bakery and restaurant, La Panadería, started with humble beginnings as a vendor at a local farmers market in 2011. Within 14 years, the brothers' concept grew to extreme popularity, often causing lines to form outside of the restaurants on a daily basis.

David and Jose are proud to share their culture with the people of San Antonio through traditional Mexican baked goods, but they are also excited to be contributing to their community through jobs created (200 employees — up more than 100 people from 2022), and the creation of a community foundation that is currently in the works.

The US Latino economy is one of the fastest growing in the world, which is unsurprising, considering businesses like La Panaderia that are growing at exponential rates. Over the last three years, La Panadería's sales volume has tripled. So what does that look like in terms of goods sold?

1,324,494 pieces of pan dulce sold in a year
436,038 conchas sold in a year
66,399 cakes sold in a year
29,479 breads sold in a year

In addition to serving up traditional goods, David and Jose aren't afraid to adapt and grow with the times, with David often in the kitchen creating new and trendy takes on pan dulce, like the Dubai Chocolate Concha, or a Mexican inspired twist on the classic almond croissant: the Tequila Almond Croissant. The brothers have also introduced cold foam lattes that have proven to be wildly popular, proving that they can honor their culture, while adapting to modern American audiences.

The Hispanic bakery's latest innovation is is pan de muerto made with handmade Totomoxtle ash (burned corn husks), which was available for an extremely limited time from October 24–November 2, only in-store. La Panadería has multiple locations, all located in San Antonio, Texas, where one of the largest celebrations of Dia de los Muertos takes place in the United States.

"With the passion and creativity with which we make our bread, La Panadería honors and welcomes our deceased with much love and respect, awaiting their return to meet again and remember that many of our best moments together were spent around the table sharing bread," shares Azucena Nuño, pastry manager of La Panadería.

"Día de los Muertos is a centerpiece of our Cultura," adds José Cáceres, co-founder of La Panadería. "Pan de Muerto honors our beloved ones that are no longer with us. When I see the Ofrenda and see my mother's image, my heart melts. The Ofrenda always gives me the light to continue my journey."

Totomoxtle Pan de Muerto bread blends culture, symbolism, and natural artistry. Totomoxtle is the Nahuatl word for corn husk. The husks are hand-burned by La Panadería's bakers to create an all-natural ash, which is then mixed with sugar to give the bread its dramatic deep black color — representing mourning and the symbolic cleansing of energy from the past year.

The filling is made entirely in-house by slow-cooking sweet potatoes using traditional Mexican ingredients. The naturally vibrant orange filling offers a lightly sweet contrast and requires no artificial dyes.

While striking in appearance, the ash adds only a subtle smokiness to the bread's flavor. This offering is rooted in both ancestral symbolism and contemporary culinary technique.

In other parts of the country, leading Hispanic bakeries are growing in influence. Founded in 1972 in Hialeah, Florida, by Cuban immigrants Antonio and Gelasia Cao, Vicky Bakery has grown from a single location into a thriving family-owned business with 30 locations across Florida, with plans for further expansion. Fans flock for the breads, pastries, desserts, sandwiches, cakes, coffee, and more.

In honor of Pastelito Day on October 9, Vicky Bakery celebrated its founding with a sweet deal: pastelitos for just 72¢ all day (regularly around $2.50, depending on flavor and location) at participating stores. The celebration didn't stop there, Vicky Bakery also hosted a social media giveaway. Two lucky winners, on both Instagram and TikTok, received a Vicky Care package and a whole year of free pastelitos.

The story of Vicky Bakery is one of love, tradition, and perseverance. Antonio and Gelasia fell in love over 50 years ago while working at Cuba's most renowned bakery at the time, La Vencedora. After migrating to Miami as political exiles, they saved enough to buy a small bakery, which has since grown into a flourishing business with a strong presence across South Florida — achieving the American dream. P

PANCHITA'S BAKERY

3803 32ND STREET
SAN DIEGO, CALIFORNIA
(619) 255-5498
ELIZABETH PEREZ AVILA, VICE PRESIDENT

For customers craving homestyle Mexican food on the go, Panchita's Kitchen & Bakery has customers throughout San Diego covered with quick and convenient takeaway and drive-through options. Customers can choose from our delicious selection of burritos, tacos, and quesadillas, which are all freshly made and perfectly packed for wherever the day takes you.

This is why Panchita's is called the "hidden gem" of San Diego's food scene.

The popular bakery operation operates multiple bakery operations in North Park, Golden Hill, and Barrio Logan, along with its widely popular bakery café.

Customers give high praise to this innovative operation, which features four locations in San Diego including Panchita's Kitchen & Bakery where guests can enjoy drive-through window service for their favorite bakery items and quick meals to go. Breakfast burritos and breakfast croissant sandwiches are among the many delicious offerings.

Catering is another key component of their business. From savory chilaquiles and handcrafted empanadas to a variety of flavorful tacos, we've got your next event covered.

On this particular rainy morning in October, business is booming.

"When it rains, business soars," shares Elizabeth Perez Avila, vice president of the family-owned and operated bakery business, founded in 1983 by Elizabeth's mother, Maria Cruz Avil.

Back in the early 1980s, Maria Cruz Avil sought to open a bakery and borrowed $5,000 to get the family business started, her daughter explains. The chosen site was already a bakery, including a baking oven and materials.

"We are a true family business, and one of the first Mexican bakeries in San Diego and woman-owned," Elizabeth Perez Avila says proudly.

Today, the family business is run by Elizabeth and her sister and owner, Kizzy Walsh, along with their brother, Andres Puente Avila.

"Everybody in our family works in the business. It's like a starting point for all of us," Elizabeth says. P

AURORA'S BAKERY

637 W. 9TH AVE.
ESCONDIDO, CALIFORNIA
(442) 248-8722
SUSANA GALLEGO, BAKER AND OWNER

Celebrating its 20th anniversary this year, Aurora's Bakery (formerly Village Bakery) in Escondido, California, is a treasure for customers across Southern California to discover and enjoy.

"I wanted to have my own business," points out Susana Gallego, who started her family bakery business in 2005. "We opened our first location nearby and moved into this location seven years ago."

Opening at 5 a.m. – bright and early – seven days a week, this popular bakery delights customers with authentic tres leches cakes, multiple flavors of filled empanadas, and other specialties like crispy and flavorful orejas. Puff pastries are offered in two flavors: pineapple and strawberry.

BakeMark® has been a trusted supplier to Aurora's from the start of their business.

"Our customers love the quality of our product. We have been working with BakeMark® since the beginning. I can

count on them for consistency and quality. If I ever changed the flavor, our customers would notice right away. They can tell."

Most customers are walk-in, and they bake fresh every single day. They have eight employees, and the majority have worked here since they first opened.

Originally, the bakery had a more expanded product lineup. They started business originally as a taco shop, bakery, and ice cream parlor. Ultimately, Gallego listened closely to her customers who told her that they loved the bakery most of all.

"We took about three to four years to remove tacos and ice cream. This allowed us to concentrate on bakery," Gallego explains. "We do everything by hand. I love to be here at work. This is my home." 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!

CE

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

ISO 9000 NSF

Planetary Mixers
10qt up to 200qt 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

ETL LISTED INTERTEK US

MET

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;
thunderbirdfm@gmail.com

FOODLAND MERCADO

920 CARDIFF STREET
SAN DIEGO, CA 92114
(619) 465-0211
EDGAR PEREZ, HEAD BAKER

Foodland Mercado, one of the favorite Hispanic markets in San Diego, prides itself on bringing both quality products and service to all of its customers.

"Our bakery department delivers expert cakes and pastries for any occasion," the company explains. Edgar Perez, the innovative store's baker, works diligently along with his staff, to ensure the finest quality cakes, sweet breads, and bakery treats are available on the shelves every day.

From custom cakes to a large variety of sweet breads, all of their baked goods are made in-store, guaranteeing that fresh and sweet flavor.

Cakes are available in a variety of sizes and flavors: tres leches, red velvet, chocolate Bavarian cream, and more. Size options appeal to every size of family, including quarter sheet, half sheet, and round cakes.

In addition, Foodland specializes in unique bakery treats for every occasion. Signature products include mango dessert or chocolate mousse cups, lemon bars, cheesecake pops. Other featured favorites are chocolate with peanut butter and fudge lava cake, chocolate-covered cheesecake, brown butter mini cake, and cream cheese cannoli.

Single display tables located in front of the refrigerated cases feature a bountiful number of choices of full size and mini bakery items.

There are mini polvorones, orejitas (20-ounce minis), mini galletas, loaf cakes in pumpkin or banana flavor, mini coricos (corn cookies), coconut cookies, and round M&M chocolate cakes.

Signature flavor options include galleta de mantequilla (butter cookies) or hojarascas (shortbread cookies).

Flour tortillas are made fresh, in-store, every single day. "We're famous for them," Perez explains.

In addition, the store makes fresh salsa in a variety of flavors every day. Authenticity and freshness are signatures of this innovative store in San Diego. P

GOYO'S PANADERÍA

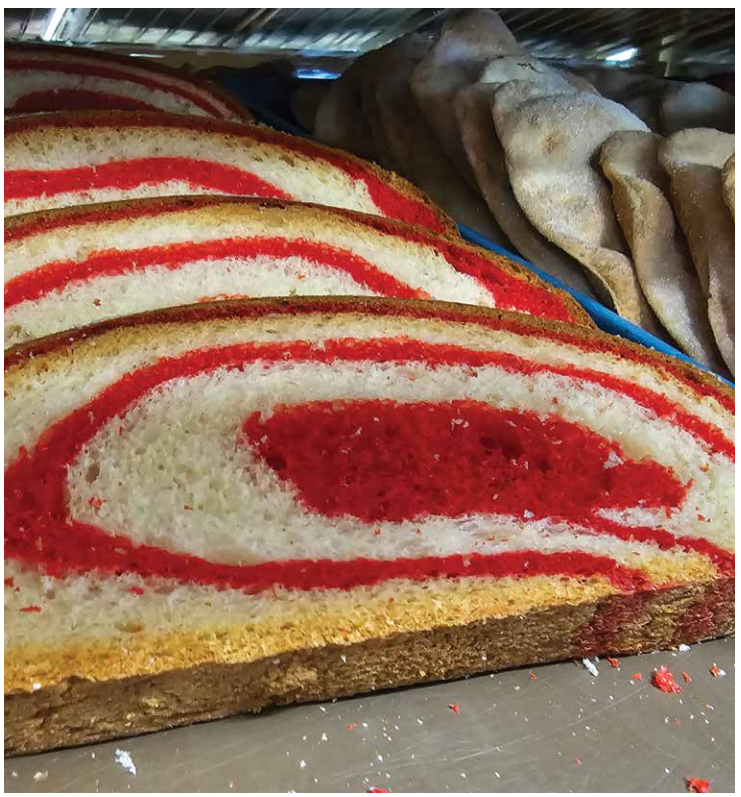
655 E. LINCOLN AVE. STE C
ESCONDIDO, CALIFORNIA
(760) 871-6000
GREG ORLA, OWNER

From the start, Goyo's Panadería specialized in authentic Hispanic bakery items. The bakery business, which opened on Aug. 13, 2007, in Escondido, California, just north of San Diego, continues to grow and add new products to its offerings – to the delight of their loyal customers.

Today, in addition to breads and pastries, Goyo's offers authentic tamales, donuts, and croissants.

Twice a day, the bakers bring out fresh bread so that customers can enjoy the freshest flavors hot out of the oven. Top sellers include conchas, which are available in three flavors.

The bakery opens at 5 a.m. and closes at 9 p.m. every day of the week.



"What sets us apart is our prices," baker and owner Greg Orla. "Price is a big deal to our customers. We are doing great business."

When the bakery first opened nearly 20 years ago, the city of Escondido was starting to accelerate growth.

Escondido may mean "hidden" in Spanish, but it's no secret there's a lot going on here, according to the city officials. Located just 30 miles northeast of downtown San Diego and 20 minutes

from the coast, Escondido is home to major attractions, beautiful wineries, craft breweries, unique arts and culture, delicious culinary experiences, and a charming historic downtown.

November 1 marks the celebration of culture, art, and community at the city's 30th Annual Día de los Muertos Festival. This beloved event blends traditional and contemporary elements of Día de los Muertos through art, music, dance, food, and remembrance.

"We participate in a lot of festivals," Orla says proudly. "During Christmas, we sell a lot of tamales. In January, we make a lot of rosca. We make the traditional kind, but custom orders are accepted." P

EL MILAGRO BAKERY

12040 FOOTHILL BLVD. #103
SYLMAR, CA. 91342
(818) 897-7414

El Milagro Bakery, located in Sylmar, California, is a hidden gem for Mexican sweet bread and traditional dishes. With a focus on quality and authenticity, this bakery offers a wide variety of mini sweet bread options, including conchas and empanadas.

Customers rave about their milanesa torta, filled with generous portions of avocado, beans, cheese, lettuce, and tomato. The bustling atmosphere and fast service add to the charm of this neighborhood favorite. Whether you're stopping by for a quick bite or picking up treats for a special occasion, El Milagro Bakery delivers on flavor and tradition.

El Milagro Bakery offers a delightful array of Mexican baked goods and savory dishes. Located at 12040 Foothill Blvd Ste 103, this bakery is a favorite among locals and travelers alike.

El Milagro Bakery not only offers a variety of mouthwatering tortas, but also boasts a selection of sweet breads that will satisfy any sweet tooth. With rave reviews from customers, it's clear that the food here is top-notch and a must-try for any food enthusiast.

From their mini conchas and bolillos to their pineapple elotitos and empanadas, El Milagro Bakery takes traditional Mexican flavors and elevates them to a whole new level. Whether you're in the mood for a savory milanesa torta or a sweet guateque, this bakery has something for everyone.

But it's not just the food that keeps customers coming back. It's the fast service, friendly staff, and cozy atmosphere that make El Milagro Bakery a true neighborhood favorite. P

ELOTES

BAKEMARK® PRODUCTS USED
#31634 Pan Fino Mix Trigal Dorado®
#17085 All Purpose Shortening BakeSense®
#35179 Fresh Yeast Trigal Dorado®

PASTA TOPPING INGREDIENTS
1½ LB Granulated sugar
1 ½ LB Powdered sugar
3 LB All-purpose shortening
2 OZ. Baking powder
2 ½ LB Pastry flour
2½ LB Cake flour
2 OZ. Whole eggs
Food Coloring of your choice

Mix: Mix the dough following the directions provided on each bag of Trigal Dorado® Pan Fino Mix for a small batch. Let the dough rest for 15 minutes.

Pasta Topping: Mix both sugars and the all-purpose shortening on low for 1 minute, then on medium for 3 minutes. Add the pastry flour and the cake flour. Mix 1 minute on medium or until pasta sticks to sides of the bowl. Add eggs and baking powder. Mix 1 minute on medium. Add food color to desired hue.

Make Up: Scale into 2 1/2 oz. pieces and round. Rest for 15 minutes. These dough balls may also be kept under refrigeration up to 24 hours. Place on a donut frying screen and roll them to an elongated oval shape. Place pasta topping or your choice of Trigal Dorado® or Westco® Flavorful Filling in the center of the oval. Gently fold the dough over the filling and seal the edges.

Proof and Bake: Place them with the seam down on a lined baking sheet, proof them for 20-30 minutes. Bake them at 375ºF until light golden in color, then roll them in granulated sugar.

Finish: Roll the Elotes in granulated sugar while they are still warm.

100% WHOLE WHEAT TELERA

BAKEMARK® PRODUCTS USED
#31632 Bolillo Bread Mix Trigal Dorado®
#35179 Fresh Yeast Trigal Dorado®

Mix: Mix Trigal Dorado® Bolillo Bread Mix per instructions on the bag for a small batch. Mix for 2 minutes on low speed to incorporate the ingredients, then continue mixing for 10 minutes on medium speed (medium speed is 3rd speed on a 4-speed machine), or until fully developed.

Proof and Bake: Dough temperature should be 78-80°F after mixing. Fermentation time is approximately 10-15 minutes. Scale, then using your rolling pin, shape into teleras. Proof for approximately 45 minutes at 95°F in a medium moist proofing cabinet. Bake at 395°F for approximately 15 minutes (with 10 seconds of steam).

Product Solutions from BakeMark®

BIZCOCHO MIX

An extra rich mix designed specifically for the production of Conchas, Rosca de Reyes, Danes, Pan de Muerto, and many other types of Sweet Breads. Products made with this mix are traditionally light and soft and provide for exceptional shelf life for both fresh and packaged products. All that is required to be added is water and yeast for consistent and time saving production.
For more details, visit www.bakemark.com.

BOLILLO MIX

Few types of bread are given more respect than the very traditional Bolillo. The Bolillo is "The" staple bread throughout most of Latin America. We have preserved this tradition by creating a mix that will produce all the characteristics both you and your customers expect from its chewy golden crust to the softer and flavorful center. All that is needed is water, yeast and your skillful hands.
For more details, visit www.bakemark.com.

GLITTER GLAZE

Drawing attention to your cakes and satisfying your customers' sweet cravings are two keys to having a successful cake and pastry offering, and Sprinkelina® Glitter Glaze offers both. Just pour and spread, Sprinkelina® Glitter Glaze comes packed in ready-to-use pouches, is freeze-thaw stable and comes in a variety of popular colors and fruit flavors. For more details, visit www.bakemark.com.

TRIGAL DORADO® FROZEN CHURROS

Deliver the authentic taste that consumers want, bringing back the taste and experience they fondly remember. The entire family, both young and old, will love the authentic taste and the variety of flavors. They're perfect for all occasions and a broad consumer base looking for a delicious sweet indulgence. Trigal Dorado® Churros are available in 4 great varieties including plain and filled recipes. Convenience for you is delivered through our frozen and fully cooked churros - ready to fry or heat in the oven and then cover with cinnamon & sugar. Easy to prepare and consistently delicious, every time.
For more details, visit www.bakemark.com.

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.
©2025 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

SOSLAND PUBLISHING Company
2345 Grand Boulevard, Suite 1950 Kansas City, MO 64108
P: (816) 756-1000 F: (816) 756-0494
Email: bakemag@sosland.com

TRIGAL DORADO®

Soluciones Auténticas para Hacer Crecer Su Negocio

Trigal Dorado® le ofrece una línea completa de soluciones rentables y consistentes para productos de panadería hispana tradicional que los consumidores prefieren una y otra vez.

DESCUBRA LA DIFERENCIA DE TRIGAL DORADO®

Comuníquese con su representante de BakeMark local para comenzar o visite **www.bakemark.com**.

BAKEMARK®

Ingredients & Manufacturing...Delivered®