

BAKEMARK

PANADERÍA

SUPPLEMENT TO BAKE

MARZO 2026

English

version starts on page

30

Promociones de Primavera

Spring Promotions



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®



06



08



10

La version en
Inglés
comienza en la pagina
30

CONTENIDO

- 6 PAN Y HORNEO
- 08 PASTELES Y DECORACIONES
- 10 PROMOCIONES DE PRIMAVERA
- 14 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.

MÁS ALLÁ DE LO BÁSICO

En el negocio de la panadería, es importante ir más allá de lo básico. La producción es fundamental, al igual que el marketing.

Por esta razón, las panaderías suelen involucrarse con su comunidad, participando en festivales locales y colaborando con las escuelas de la zona mediante eventos y donaciones de delicioso pan y pasteles.

En este número de BakeMark® Panadería, analizamos las diversas maneras en que usted, como propietario y panadero, puede

interactuar con sus clientes a través de promociones especiales que conecten con la comunidad local.

BakeMark® está comprometido con la innovación y con 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® ofrece.

Atentamente,
Su Equipo de BakeMark



English
version starts on page
30



30



32



34

CONTENTS

- 30** BREAD & BAKING
- 32** CAKES & DECORATING
- 34** SPRING PROMOTIONS
- 38** 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.

BEYOND THE BASICS

It is important in the business of baking to go beyond the basics. Production matters. Marketing matters, too.

For this reason, bakeries often reach out to their community to participate in local festivals and to help local schools with events and donations of delicious bread and pastries.

In this issue of BakeMark® Panadería, we examine the many ways you, as a bakery owner and

baker, can engage your customer base with special promotions that connect to the local community.

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



Automaticas su Panaderia



Vemag Porcionadora de Masa

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



www.reiser.com

Reiser • Canton, MA • (781) 821-1290

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

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

2023





EL PODER DE LOS GRANOS

En la panadería El Triunfo Bakery en Tucson, clientes viajan millas para comprar los famosos panecillos para hot dogs de la panadería, junto con muchos otros panes de panadería hispana que se distribuyen por toda la bulliciosa ciudad de Tucson, conocida por su significativa población hispana. Se estima que el 44 por ciento de la población de la ciudad es hispana.

El pan para hot dog estilo sonorense es un producto distintivo en El Triunfo. Los clientes apetece su sabor único – un pan dulce con un toque de sal – porque les recuerda al sabor casero y a los maravillosos sabores de su tierra.

El hot dog sonorense es un popular tipo de hot dog envuelto en tocino que se originó en Hermosillo, Sonora, México, a finales de la década de 1980. Este hot dog se ha convertido en un platillo muy apreciado en Tucson y Phoenix, Arizona. Se caracteriza por sus ingredientes únicos y a menudo se sirve en un panecillo tipo bolillo tostado y abierto por la parte superior.

De manera similar, la tienda La Cima Market en Tucson ofrece panes y panecillos elaborados con recetas que provienen de México.

“Estas recetas son un poco diferentes. Podrías encontrar estos mismos panes en las tiendas en México,” explica Miguel

Medina, el panadero que se unió a la panadería en el sur de Tucson hace 18 años, cuando abrió sus puertas.

En todo el país, los estadounidenses están adoptando los cereales tradicionales como nunca antes.

Por ejemplo, en medio del creciente escrutinio público y gubernamental sobre los cereales refinados, la Fundación de Alimentos a Base de Cereales (GFF, sus siglas en inglés) está preparando una campaña multimedia que destaca los alimentos a base de cereales como un pilar de la nutrición estadounidense y una opción dietética asequible y conveniente para los consumidores.

La campaña integrada de marketing y comunicaciones, denominada “Grain Foods Make the Moment” (los cereales hacen que el momento sea especial), se emitirá hasta febrero de 2026.

A medida que las recomendaciones nutricionales continúan evolucionando, este estudio aporta una importante claridad sobre el papel de los alimentos a base de cereales en el apoyo a la salud pública. Los hallazgos destacan la importancia del equilibrio, no sólo en los patrones de alimentación generales, sino también en los tipos de alimentos a base de cereales que consumimos. Reconocer las contribuciones nutricionales tanto de las

opciones integrales como de las refinadas/enriquecidas ofrece un camino más inclusivo y realista para mejorar la dieta y la salud general de los estadounidenses. Para obtener más información, visite GrainFoodsFoundation.org.

“Los cereales saludables son un componente fundamental de las dietas saludables,” explica el Dr. Adam Drewnowski, profesor de Epidemiología de la Universidad de Washington.

Erin Ball, directora ejecutiva de GFF, afirmó que la fundación se ha asociado con importantes medios digitales para integraciones editoriales, amplificación de contenido y publicidad en los canales donde su audiencia tiene mayor participación, incluyendo Instagram, YouTube y TikTok.

GFF, junto con su organización hermana, el Instituto de Investigación de Alimentos a Base de Cereales, está comprometida con programas de educación nutricional sólidamente fundamentados en la ciencia. En colaboración con su Consejo Asesor Científico, un grupo multidisciplinario de expertos en nutrición y salud reconocidos a nivel nacional, GFF apoya firmemente a sus miembros y sirve como recurso para consumidores y medios de comunicación que desean obtener más información

sobre el papel de los cereales en una alimentación equilibrada.

La campaña de GFF se centra en “reforzar la confianza y la comprensión en torno a los alimentos a base de cereales” y en ayudar a las personas a “sentirse seguras de incluir cereales en su dieta,” dijo Ball.

Con ese fin, la iniciativa presenta cuatro anuncios principales de 30 segundos que muestran alimentos a base de cereales comunes en diferentes comidas: un sándwich de mantequilla de maní y mermelada, un sándwich de huevo en un panecillo inglés, pasta con verduras y tacos con proteínas y verduras.

Ante la gran confusión que existe sobre qué hace que un alimento a base de cereales sea realmente saludable, una nueva investigación ofrece ahora una perspectiva más clara: una combinación de alimentos a base de cereales puede contribuir a una mejor nutrición y salud metabólica cuando aportan una alta densidad de nutrientes. Un nuevo estudio publicado en la revista *Nutrients*, que analizó las dietas de más de 14,000 estadounidenses durante cinco años, reveló que tanto los alimentos integrales como los refinados a base de cereales desempeñan un papel importante en la mejora de la calidad de la dieta, la ingesta de nutrientes y la accesibilidad diaria.

Realizado por investigadores del Centro de Nutrición para la Salud Pública de la Universidad de Washington, este estudio revisado por pares analizó datos de la Encuesta Nacional de Examen de Salud y Nutrición (NHANES, sus siglas en inglés) de 2017 a 2023. El análisis encontró que muchos alimentos a base de cereales

de consumo diario, incluyendo algunos panes, cereales y tortillas, obtuvieron puntuaciones sorprendentemente altas en cuanto a la densidad de nutrientes y el precio asequible. Los hallazgos ofrecen una visión más completa de los alimentos a base de cereales, superando las ideas preconcebidas y destacando una gama más amplia de opciones que pueden contribuir a la salud.

Utilizando dos nuevos modelos de perfil nutricional para evaluar la calidad de los carbohidratos y la densidad nutricional general, el Índice de Calidad de los Alimentos con Carbohidratos (CFQS-3, siglas en inglés) y el Índice de Alimentos Nutritivamente Ricos (NRF9.3, siglas en inglés), el estudio identificó cuáles alimentos a base de cereales se consideran “alimentos de cereales saludables” según un mayor contenido de fibra, proteínas y nutrientes esenciales, y un menor contenido de azúcares añadidos, grasas saturadas y sodio. Este enfoque reveló que tanto los alimentos integrales como los refinados a base de cereales pueden cumplir con estos criterios, contribuyendo significativamente a la calidad de la dieta y a la salud. Las personas que consumieron más de estos alimentos de cereales saludables presentaron una mejor ingesta general de nutrientes, patrones de alimentación más saludables y marcadores de salud metabólica más favorables.

PARTICIPACIÓN DEL CLIENTE

Food City celebró recientemente su 23.er Concurso Anual de Preparación de Tamales en su sucursal en el sur de Phoenix, una celebración comunitaria que honra a los tamales como pilar de la identidad cultural y la tradición navideña. Similar a

las reuniones familiares conocidas como tamaladas, el evento del 13 de diciembre reunió a cocineros caseros cuyas recetas preservan la historia familiar, los sabores regionales y los recuerdos entrañables.

Los finalistas fueron juzgados por representantes de Food City, la Alianza de Marketing de Alimentos de Arizona, la Cámara de Comercio del Gran Phoenix y Telemundo, y las recetas se evaluaron según su sabor, textura, presentación y autenticidad. Mientras el aroma de los tamales recién hechos inundaba el ambiente, decenas de miembros de la comunidad se reunieron para presenciar la evaluación y celebrar la gran final.

Oyuki Osuna, quien participaba por primera vez, obtuvo el primer lugar con sus tamales de cerdo y chile rojo al estilo sonorense, una receta transmitida de generación en generación en su familia, originaria de Sonora, México. Los jueces elogiaron el platillo por su equilibrio, la intensidad de su sabor y su preparación tradicional. Oyuki recibió una tarjeta de regalo de Food City de \$500 y un crédito de \$1,000 de Mueblería Del Sol.

Para Oyuki, quien también es propietaria de un pequeño negocio en el Valle y vende tamales, esta tradición va mucho más allá de la comida. Compartió que la elaboración de tamales une a las familias durante las fiestas, permitiendo que los parientes preparen la comida juntos y la compartan con sus seres queridos que pueden encontrarse lejos. Ganar el concurso fue algo muy importante para ella y la ha motivado aún más a cumplir su sueño de abrir un restaurante o un camión de comida. **P**

EL VALOR DE LA MIEL

Nuevas investigaciones señalan que el 75% de los consumidores estadounidenses están intentando activamente limitar o evitar el azúcar en su dieta.

Según la Junta Nacional de la Miel, los estadounidenses afirman que prefieren

consumir alimentos y bebidas con miel en lugar de cualquier otro edulcorante.

Las razones incluyen las siguientes:

- Etiqueta limpia y eficiente: edulcorante y potenciador de sabor en un solo producto
- Una historia de origen significativa

ligada a las abejas, la naturaleza y la sostenibilidad

“A medida que los consumidores adoptan hábitos más saludables en enero y en los meses siguientes, el consumo de miel aumenta paralelamente,” informa la Junta Nacional de la Miel.

Soluciones de Decoración

Cuando se decoran cientos, o hasta miles, de productos horneados cada día, se necesitan soluciones de glaseado listas para usar. Elaborados con ingredientes de calidad, los glaseados BakeMark® satisfacen sus necesidades de crema de mantequilla de vainilla, glaseado de queso crema, glaseado de chocolate y mucho más.

Su textura húmeda, rico sabor y exquisito gusto hacen que los pasteles de crema sean los favoritos de los quienes aman los postres. Las mezclas para

pasteles de crema BakeMark® Crème Cake Mixes contienen ingredientes de primera calidad aportando un sabor inigualable. Se pueden usar en pasteles tipo bizcocho, pasteles en forma de anillo e incluso galletas.

Para los glaseados, es importante prepararlos el día anterior. Se adherirán mejor cuando el azúcar absorba completamente el agua. Utilice un glaseado para donas de alta calidad elaborado con Westco® Super Speedee Glaze para obtener un glaseado duradero.

Otro factor que impulsa las compras impulsivas es la gragea de colores BakeMark® Sprinkelina, que añade un toque brillante y un crujido dulce a sus pasteles, donas, hojaldres y otras creaciones. Con una amplia variedad de colores vibrantes en diferentes tonalidades, cualquier producto horneado se volverá mucho más atractivo con la gragea Sprinkelina de BakeMark®.

Preparar pasteles desde cero requiere pesar diez o más ingredientes, lo que a menudo aumenta los costos de mano

de obra y la posibilidad de errores. Las mezclas para pasteles BakeMark® sólo requieren dos ingredientes adicionales, lo que reduce esos riesgos.

La temperatura de horneado en un horno de convección o de rejilla debe ser de 320-335 °F. En un horno rotatorio o convencional, la temperatura debe ser de 350-365°F.

Los pasteles deben invertirse (darse la vuelta) inmediatamente después de sacarlos del horno para retener la humedad, evitar que se encojan y mantener los bordes rectos. Los pasteles invertidos requerirán menos recorte y menos glaseado para terminarlos. Además, tendrán una vida útil más larga.

Comprender las tendencias de decoración de pasteles es importante para las pastelerías. The Knot es una de las principales fuentes de inspiración en tendencias de decoración y ofrece información valiosa sobre las tendencias para 2026.

Aquí tiene la breve lista de The Knot con las nuevas tendencias en pasteles de boda:

- Opulencia de los años 80 y Elementos Nostálgicos
- Adornos de Frutas
- Acabados Metálicos y Nacarados
- Pasteles Grandes en Formas Originales
- Pasteles Rectangulares de Todos los Tamaños
- Pliegues y Texturas
- Pasteles Ovalados
- Delicadas Flores Artificiales
- Decoración Intencional
- Sabores Florales, Vegetales y Herbáceos
- Toques Clásicos
- Pasteles Estilo Lambeth Vintage
- Sabores Clásicos con un Toque Original
- El Corte del Pastel

como un Espectáculo

- Pasteles de Gran Destreza

Desde guirnaldas y lazos de crema de mantequilla hasta la clásica pareja de novios dentro de un corazón de tul con volantes, los adornos al estilo de los 80 vuelven a coronar los pasteles. Los pasteles con un toque kitsch han estado entre las tendencias de diseño de pasteles durante los últimos años, y estos detalles evocan con encanto las bodas de nuestros padres. Igualmente, los detalles de encaje y las columnas que sostenían los pasteles de los 80 volverán a estar de moda junto con las tendencias de adornos para pasteles de boda mencionadas anteriormente.

Las frutas y verduras frescas han estado presentes en los pasteles de boda desde el año pasado, pero la decoración se vuelve un poco más dulce en 2026. Arreglos de peras, uvas y cítricos reciben una capa cristalina de azúcar para añadir brillo a la parte superior de los pasteles. Y los pasteles adornados con frutos rojos se cubren con una lluvia de azúcar glas. Pero ya sean dulces o no, los

frutos de la naturaleza están de moda.

También: las verduras coronan los niveles del pastel y se colocan en los bordes de las capas. La textura rizada de la col, la forma angular de las alcachofas o la delicada silueta de los tallos de ajo son un deleite para la vista. Las hemos visto adornando mesas, así que ¿por qué no extender esa estética fresca del jardín a la mesa de postres de una manera inesperada? **P**

PROMOCIONES DE TEMPORADA

Descubra recetas con sabores frescos, colores vibrantes y sabores increíbles que alegran la temporada con cada bocado.

- Marzo 28 Día Nacional del Pastel Selva Negra
- Abril 3 Viernes Santo
- Abril 3 Día Nacional del Mousse de Chocolate
- Abril 5 Domingo de Resurrección
- Abril 14 Día Nacional de la Nuez Pecana
- Mayo 5 Cinco de Mayo
- Mayo 10 Día de la Madre
- Mayo 17 Día Mundial de la Repostería
- Junio 5 Día Nacional de la Dona
- Junio 16 Día Nacional del Fudge



PROMOCIONES



DE PRIMAVERA

Mientras esta popular panadería de Tucson planifica su futuro para 2026, El Triunfo Bakery se compromete a satisfacer una variedad de preferencias y restricciones dietéticas. Por ello, el menú de la panadería incluye deliciosas opciones vegetarianas y veganas, garantizando que todos encuentren algo para disfrutar.

Para quienes tienen sensibilidad al gluten, hay alternativas sin gluten, y el personal está bien capacitado en el manejo de alérgenos, lo que permite disfrutar de los productos sin preocupaciones.

Se fomenta la personalización, permitiendo a los clientes adaptar sus selecciones a sus gustos personales o

necesidades dietéticas. Además, los menús especiales para dietas específicas garantizan que todos los clientes puedan disfrutar de los productos de la panadería, convirtiéndola en un espacio inclusivo para todos.

“Somos conocidos por nuestro compromiso de brindar a nuestros clientes un servicio excepcional,” explica Joaquín

Luna, cuyo padre fundó la panadería de Tucson en 1989.

El Herradero Carnicería y Panadería ofrece una amplia selección de alimentos e ingredientes de México en sus dos panaderías y siete tiendas en total en Arizona.

Una de sus campañas permanentes, Casa de los Niños, consiste en la donación de pan fresco y otros productos a la comunidad local.

Además, entre las promociones destacadas durante los meses de primavera se incluyen las empanadas con sabores primaverales y veraniegos, como piña y manzana.

La primavera representa renovación y celebración, y BakeMark® recomienda que no hay mejor manera de disfrutar de esta temporada que renovando el menú de su panadería con deliciosos productos que capturen la esencia de la primavera.

Tenga en cuenta que el Día Nacional de la Dona se celebra el viernes 5 de junio. Crear la dona perfecta es mucho más que simplemente elegir mezcla para donas, glaseado e ingredientes para la cobertura. Requiere precisión y experiencia. Desde el tiempo de fermentación de la masa hasta el delicado toque final de sabores, cada paso es importante. BakeMark® ofrece las soluciones, experiencia y el apoyo que necesita para cada creación que usted se imagine.

Al comenzar un plan de repostería de primavera con anticipación, BakeMark® afirma que no sólo se está preparando para las festividades, sino que también está preparando su negocio para el éxito.

La planificación anticipada permite a las panaderías lo siguiente:

- **Aprovechar las tendencias de temporada:** Los sabores y temas primaverales pueden atraer a más clientes. Piense en opciones florales, frutas frescas y decoraciones brillantes en tonos pastel que reflejen la vitalidad de la primavera.
- **Garantizar la disponibilidad de productos:** Al pedir sus suministros

con anticipación, evita las prisas de última hora y se asegura de tener todos los ingredientes y las decoraciones necesarios del amplio catálogo de BakeMark®.

- **Planificar estrategias de marketing:** Con suficiente tiempo, usted puede planificar y ejecutar una estrategia de marketing que genere expectativa, atraiga a los clientes e impulse las ventas durante la temporada festiva. Utilizar las redes sociales puede ayudar a dar a conocer sus nuevas opciones. Ofrézcalas por tiempo limitado para generar demanda.

BakeMark® es sinónimo de calidad y variedad en la industria de la panadería. Nuestros productos están diseñados para satisfacer todas sus necesidades de repostería, desde la mezcla para donas con levadura Westco Master Mix Yeast Raised Donut Mix, líder en la industria, y la nueva tecnología de la mezcla para donas con levadura Westco 2880 ESL, hasta rellenos exquisitos y gragea de colores Sprinkelina.

BakeMark® ahora presenta los rellenos de crema Westco Crème Fillings en tres nuevos sabores: naranja, fresa y moca. Estos rellenos listos para usar y de larga duración no requieren refrigeración antes ni después de abrirlos, y ofrecen calidad y sabor consistentes al hornear.

PROMOCIONES DE TIENDA

La apertura de nuevas tiendas trae consigo emocionantes promociones para los clientes en todo el suroeste de Estados Unidos. Northgate González Market ha inaugurado oficialmente su nueva tienda de comestibles con servicio completo en Lynwood, California, lo que representa un importante hito de expansión para esta cadena minorista familiar, que continúa fortaleciendo su presencia en el sur de California.

La tienda de 36,974 pies cuadrados, que se gestó durante años, se construyó en un terreno que llevaba mucho

tiempo desocupado y contaminado que fue sometido a un extenso proceso de saneamiento con el apoyo del Departamento de Control de Sustancias Tóxicas de California (DTSC, sus siglas en inglés). Con el terreno completamente restaurado, el nuevo Northgate Market ofrece acceso a una tienda de comestibles moderna, un sólido programa de alimentos frescos preparados e importantes beneficios económicos para una comunidad que anteriormente se consideraba un desierto alimentario.

La nueva tienda refleja el continuo énfasis de Northgate en los alimentos mexicanos auténticos y recién preparados, categorías clave para el crecimiento de la empresa. Entre sus atractivos destacan una tamalería con masa hecha en la tienda utilizando el método tradicional de molienda con piedra volcánica, una tortillería ampliada que produce tortillas, totopos y variedades de temporada, y una panadería con pan dulce, bolillos y el tradicional pastel tres leches, todos elaborados diariamente.

La ubicación en Lynwood impulsa la estrategia de crecimiento de Northgate en el condado de Los Ángeles, combinando la excelencia operativa con un ambiente en la tienda que ofrece una experiencia culturalmente relevante. La tienda cuenta con los departamentos distintivos de Northgate Market, incluyendo Tortillería La González, Pastelería La González y Carnitas Don Miguel, todos ellos elementos diferenciadores clave en el competitivo segmento de supermercados latinos.

“Estamos encantados de expandir nuestra presencia con esta nueva tienda en Lynwood,” declaró Oscar González, copresidente de Northgate González Market. “Esta ubicación refleja nuestra inversión en la modernización de nuestras operaciones, la mejora de nuestra oferta de productos frescos y la distribución de productos de alta calidad a comunidades que históricamente han carecido de acceso a supermercados con servicio completo.”

La compañía también celebró la inauguración con dos inversiones filantrópicas: \$50,000 para la Fundación Educativa Lynwood Partners, destinados a becas para estudiantes y subvenciones para maestros. Además, Northgate Market anunció la donación de \$5,000 en libros infantiles a escuelas locales, en colaboración con la autora Patty Rodríguez.

Durante la gran inauguración, los ejecutivos de Northgate Market confirmaron los planes para abrir dos tiendas adicionales en el sur de California, en Stanton y La Mirada, en 2026, lo que subraya la expansión estratégica de la compañía en mercados de alta densidad con una fuerte demanda de supermercados con un enfoque cultural.

¿QUÉ ESTÁ DE MODA EN LA GASTRONOMÍA?

Para ayudar a los minoristas a planificar sus promociones de 2026, la Asociación Nacional de Restaurantes presenta su esperado informe de tendencias culinarias para 2026, que destaca las tendencias que marcarán la pauta en los menús estadounidenses. El

informe, basado en las opiniones de cientos de profesionales culinarios encuestados en octubre de 2025, revela que la nostalgia, la comodidad y la búsqueda de nuevas experiencias gastronómicas son los principales deseos de los consumidores en 2026.

Este informe muestra que los comensales anhelan fusiones de tendencias del pasado con sabores modernos. Los platillos favoritos de siempre se reinventan con influencias globales, mientras que el bienestar y la asequibilidad siguen siendo prioritarios para los consumidores.

“La comodidad y el valor son los dos pilares que definen los menús en Estados Unidos actualmente,” afirmó el Dr. Chad Moutray, economista jefe de la Asociación Nacional de Restaurantes. “Los consumidores buscan comidas que les brinden placer y familiaridad sin un gran gasto, y los operadores responden a esta demanda con versiones creativas de platillos clásicos y utilizando ingredientes locales que facilitan las opciones saludables.”

Basándose en las opiniones de chefs y profesionales culinarios de todo el país, el informe destaca cómo los consumidores

buscan alimentos que les brinden un sentido de bienestar emocional y económico. En respuesta, los restaurantes están creando platillos que ofrecen confort y creatividad sin sacrificar la buena relación calidad-precio.

Las 10 Principales Tendencias Generales para 2026

Abastecimiento local: Los restaurantes están fortaleciendo los lazos con la comunidad al utilizar ingredientes de granjas

y productores locales, priorizando la frescura y la sostenibilidad.

Comida reconfortante: Platillos clásicos y familiares como sopas, guisos y hamburguesas ofrecen a los comensales una sensación de nostalgia y conexión emocional.

Menús y opciones asequibles: Los establecimientos están equilibrando la creatividad y el costo, ofreciendo comidas satisfactorias a precios accesibles para los clientes que buscan opciones económicas.

Etiquetado, iconos e indicaciones claras en el menú: Indicadores visuales sencillos ayudan a los comensales a tomar decisiones rápidas e informadas sobre los ingredientes, las calorías y la sostenibilidad.

Menús aptos para personas con alergias: Los restaurantes están ampliando sus opciones para clientes con restricciones dietéticas, desde productos sin gluten hasta platillos sin nueces ni lácteos.

Comida casera internacional: Los chefs están reinterpretando platillos tradicionales de todo el mundo, combinando la autenticidad con influencias locales.

Recetas más saludables con menos aditivos y colorantes: Los consumidores priorizan la transparencia de los ingredientes, lo que inspira a los establecimientos a ofrecer opciones más sencillas y menos procesadas.

Proteínas como complemento: Desde batidos hasta panqueques, las proteínas se están convirtiendo en un complemento personalizable para mejorar tanto el sabor como la nutrición.

Envases compostables y reutilizables: Los materiales ecológicos están sustituyendo a los plásticos de un solo uso, ya que los restaurantes reducen los residuos y mejoran la sostenibilidad.

A nivel macro, la comodidad y el valor siguen siendo los factores clave para atraer a los clientes, y los operadores están encontrando nuevas formas de ofrecer ambas cosas a través de un abastecimiento innovador, la simplificación de los menús



y ofertas con un enfoque comunitario. Estos cambios reflejan un panorama de la restauración caracterizado por el equilibrio, que combina la creatividad con la practicidad y garantiza que cada innovación conecte de forma significativa con lo que más valoran los clientes.

“El pronóstico para 2026 destaca una industria de restauración que continúa adaptándose a los gustos cambiantes y a la realidad económica,” añadió Moutray. “Está impulsada por la conexión y la creatividad, aportando nueva energía a los platillos clásicos a la vez que celebra los sabores globales que hacen que salir a comer sea una experiencia única.”

Asimismo, la Asociación de la Industria Alimentaria publicó recientemente el informe “El poder del servicio de alimentos en el comercio minorista 2025” (The Power of Foodservice at Retail 2025), que revela un cambio significativo en los hábitos alimenticios de los consumidores: cada vez más consumidores optan por alimentos preparados en la sección de delicatessen en lugar de comidas en restaurantes, y esta proporción se ha duplicado con creces, pasando del 12% en 2017 al 28% en 2025. Muchos consumidores también combinan lo mejor de ambos mundos: más de la mitad de los estadounidenses (53%) adoptan un enfoque híbrido para preparar sus comidas, combinando opciones de la sección de delicatessen con ingredientes de su propia cocina.

Allison Febrey, gerente sénior de investigación y análisis de FMI, señala un cambio que refleja cómo los consumidores están redefiniendo el valor de los alimentos: “quieren comidas que ofrezcan calidad y variedad, pero que también les ahorren tiempo y dinero.” Esta tendencia se ve respaldada por el crecimiento constante de las ventas de servicios de alimentos en el comercio minorista, que aumentaron 1.6% hasta alcanzar 52,100 millones de dólares en los últimos 12 meses.

“Dado que más de la mitad de los estadounidenses compran alimentos para ocasiones de comida híbridas, existe una gran oportunidad para que los minoristas apoyen las comidas y las cenas,” dijo Rick Stein, vicepresidente de alimentos frescos de FMI. “Los consumidores compran con mayor frecuencia opciones preparadas en la sección de charcutería entre el mediodía y las 5 de la tarde, y desean la flexibilidad de combinar productos frescos de alta calidad ya preparados con ingredientes que tienen en casa, creando así comidas que les permiten ahorrar tiempo y que, al mismo tiempo, satisfacen sus objetivos de bienestar.

“Contar con un producto estrella ayuda a los minoristas a consolidar su propuesta de valor para el consumidor,” afirmó Andrew Brown, gerente sénior de relaciones con la industria de FMI. “Esto ayuda a reducir la fatiga a la hora de tomar decisiones, y si se ofrece calidad y buen sabor, los clientes volverán una y otra vez a comprar ese mismo producto.” **P**



100 AÑOS de CALIDAD y CONSISTENCIA



Descubra la
Diferencia de North Dakota

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

CERTIFICADO POR EL FSSC 22000

NORTH
Dakota
Be Legendary™



EL TRIUNFO BAKERY

6348 S. NOGALES HWY
TUCSON, ARIZONA
(520) 573-1884

Joaquín Lona, propietario de la panadería El Triunfo Bakery, explica cómo su panadería familiar fue fundada por su padre, Estanislao “Tanis” Lona, en 1989.

Anteriormente, su padre había perfeccionado sus habilidades de panadería en diversos lugares de Tucson, incluyendo la panadería de la Universidad de Arizona durante una década. Estanislao “Tanis” Lona creció en Guadalajara, México, en una familia numerosa (con 15 hermanos), y luego se mudó a Arizona cuando tenía veintitantos años.

“En julio de 1989, mi padre abrió El Triunfo en Tucson,” comparte Joaquín Lona, quien ahora continúa con el legado familiar.

Una combinación ganadora se logró cuando la esposa de Tanis, María Jesús “Chuy” Luna, se unió a la panadería y compartió la famosa receta de tortillas de su familia.

El Triunfo se fundó con una pasión por

los productos auténticos de panadería mexicana, arraigados en tradiciones culinarias que celebran el sabor y la comunidad. Establecida en Tucson, la panadería se ha convertido en un lugar emblemático de la ciudad, conocida por sus productos frescos y caseros que evocan la calidez de las reuniones familiares y las celebraciones festivas.

A lo largo de los años, El Triunfo ha alcanzado importantes logros, incluyendo la ampliación de su menú para ofrecer una variedad de pasteles tradicionales, panes dulces y tortillas, todos elaborados diariamente de forma artesanal. El legado de esta panadería familiar se refleja en las sonrisas de sus clientes satisfechos y en el delicioso aroma a pan recién horneado que impregna el ambiente.

El Triunfo Bakery continúa uniendo a las personas, creando recuerdos entrañables, bocado a bocado.

El Triunfo Bakery ofrece una deliciosa selección de auténticos productos de panadería mexicana, que muestran la rica influencia culinaria de la cocina tradicional mexicana. Cada producto se elabora diariamente de forma artesanal, destacando técnicas de cocina tradicionales como el amasado a mano de las tortillas





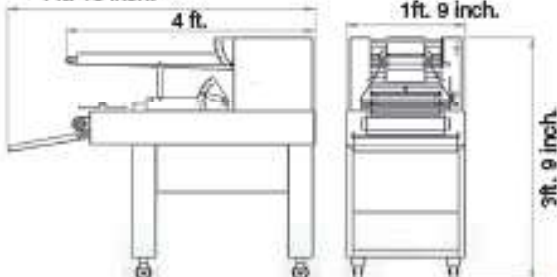
y el horneado perfecto del pan dulce. El menú se adapta a las temporadas, utilizando ingredientes locales para garantizar la frescura y la calidad.

Características únicas, como los crujientes de queso, especialidad de la panadería, y una variedad de panes dulces, la convierten en un destino excepcional para los amantes de la buena comida. Los clientes pueden disfrutar de un ambiente cálido y acogedor, donde el delicioso aroma de los productos recién horneados inunda el aire, creando el escenario perfecto para una experiencia culinaria inolvidable.

El menú de El Triunfo Bakery ofrece una selección de platillos emblemáticos que han conquistado a una clientela fiel. Entre las especialidades de la casa se encuentran las deliciosas empanadas de calabaza y los famosos cochitos, ambos reconocidos por sus combinaciones de sabores únicas que evocan recetas tradicionales. Las categorías especiales del menú presentan los productos más vendidos de la panadería, como las tortillas de maíz y de harina recién hechas, que se sirven calientes. La selección también incluye una variedad de pan dulce y donas tradicionales, para que los clientes encuentren fácilmente sus favoritos. Cada platillo se elabora con esmero, garantizando una experiencia memorable en cada visita. **P**



BREAD MOLDER FORMER
4 ft. 10 inch.



■ NUEVA BOLILLERA DOBLE CANAL

Puede hacer desde un solo sandwich hasta a mini baguettes, ranchos o dinner rolls y bolillos. Puede hacer, cortar y amasar desde 2 a 12 onzas. Estos son los beneficios de tener 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, ínteros, panes dulces, pastas, etc.



■ 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 / Pregunta por financiación.





Auténtico Sabor con Menos Labor

Simplemente agrega agua y listo, done.
Trigal Dorado® Concha Mía para preparar
deliciosas conchas tradicionales más rápidas,
con menos desperdicio y más consistencia.



ESCANEE ESTE CÓDIGO QR
PARA VER DETALLES,
RECETAS Y MÁS.



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

BAKEMARK
A BAKERS' COMPANY

Incorporated in the United States of America



EL HERRADERO

1310 W. PRINCE RD.
TUCSON, ARIZONA
(520) 372-8603

Durante más de dos décadas, El Herradero Carnicería y Panadería ha atendido a sus fieles clientes en Arizona, incluyendo Tucson, con una amplia selección de alimentos e ingredientes de México, además de servicio de restaurante.

En total, la cadena cuenta con siete sucursales. Dos de sus tiendas tienen

panaderías con productos frescos elaborados en el local.

Ubicada en la vibrante ciudad de Tucson, El Herradero Panadería se destaca como una joya para quienes buscan auténticos sabores e ingredientes mexicanos. Desde el momento en que entran, los visitantes son recibidos por coloridas exhibiciones

de panadería y otros productos frescos, especias aromáticas y productos básicos tradicionales de la despensa mexicana. Los pasillos están repletos de una variedad de productos importados, lo que les permite emprender un viaje culinario por México sin salir de Arizona.

Entre los productos de panadería que ofrecen se incluyen pasteles, panes, pasteles para ocasiones especiales y, por supuesto, el delicioso pastel tres leches, disponible en una variedad de exquisitos sabores.

En El Herradero Market, los clientes pueden explorar una amplia selección de quesos, carnes y productos de panadería recién horneados mexicanos, lo que les permite recrear sus platillos favoritos en casa con facilidad. El amable personal siempre está disponible para ofrecer recomendaciones o ayudar a encontrar los ingredientes específicos para su próxima obra maestra culinaria.

Ya sea que se antojen tamales caseros, salsas auténticas o refrescantes aguas frescas, esta tienda de comestibles mexicana es una visita necesaria para



cualquiera que desee llenar su cocina con los ricos sabores de México.

Otro servicio popular en El Herradero son los paquetes de comida, que se ofrecen listos para llevar y se adaptan a las necesidades de todos los clientes.

Estos paquetes incluyen productos de

charcutería, quesos frescos, salsas (rojas y verdes, con diferentes niveles de picante) y carnes de primera calidad (res, cerdo y pollo), así como pasteles recién horneados, ideales para las fiestas, bodas y reuniones familiares y de amigos. **P**



SOMERSET.

Tel: 978-667-3355
800-772-4404
Fax: 978-671-9466
Email: somerset@smrset.com
www.smrset.com



SEP-790

PRENSA DE TORTILLAS AUTOMATIZADA

IDEAL PARA:

- TORTILLAS
- PAN ROTI
- BURRITOS
- PAN SIN LEVADURA
- PAN PITA
- PAN CHAPATI

- Más de 1,000 pzas. por hora
- Presiona la masa hasta 35.5cm (14") de diámetro
- Producto preciso, consistente y uniforme
- Sencillos ajustes de grosor
- Diseño compacto de mesa
- Accionamiento totalmente eléctrico para trabajo pesado
- Controles de temperatura duales
- Para trabajo pesado, libre de mantenimiento

También disponible en tamaño mini.
Prensa la masa hasta 22.8 cm (9").
N.º de modelo SEP-795



MENOS GRASA MÁS MASA

SUPREMO

solución de tortillas

Para producir tortillas más magras y saludables que cumplan con las altas expectativas de los clientes, utilice los ingredientes de alto rendimiento AB Mauri Supremo Tortilla Solutions, incluyendo Supremo Fat Reductor, que ayuda a reducir la grasa o el aceite de su fórmula hasta un 100%.

- 100% más dinero
- Hasta un 100% de reducción de grasa
- No hay pérdida de rendimiento al reemplazar la grasa con agua
- Mantiene la misma suavidad, plegabilidad y vida útil de las tortillas de harina normales

Para obtener soluciones de proceso de hornado personalizadas y tradicionales, y un servicio al cliente colaborativo, usted puede contar con AB Mauri.

AB MAURI
SOLUTIONS

www.abmauri.com | 1-800-333-3333



© 2014 AB Mauri LLC



ALEJANDRO'S TORTILLA FACTORY

5338 S. 12TH AVE.
TUCSON, ARIZONA
(520) 889-2279

Orgullosa de ser una tienda minorista de primera calidad en Tucson, ofreciendo deliciosas y auténticas tortillas de maíz y harina, pan, totopos y mucho más, Alejandro's Tortilla Factory ha sido una tradición en el sur de Arizona desde 1980. Sus productos galardonados se elaboran frescos a diario.

Mientras visitan la panadería, los clientes pueden disfrutar del desayuno, almuerzo o la cena del menú de La Cocina de Lorena. También pueden simplemente llamarnos y decirnos lo que desean. Les daremos un presupuesto y lo entregaremos directamente a su domicilio. Además, pueden contactarnos para pedidos personalizados.

Alejandro's Tortilla Factory fue fundada en diciembre de 1980 por José y Alejandrina Cazares. La visión, dedicación y aspiraciones de la familia Cazares hicieron de Alejandro's el próspero negocio que es hoy.

A medida que el negocio mayorista y minorista creció con la demanda, la familia adquirió un vehículo de reparto y comenzó su primera ruta.

En diciembre de 1984, Ricardo y Lorena Cazares se hicieron cargo del negocio. Gracias a su arduo trabajo y dedicación, Alejandro's Tortilla Factory se convirtió en una de las fábricas de tortillas y panaderías más grandes del área de Tucson. En octubre de 2002, Ricardo y Lorena constituyeron la empresa El Tortillero LLC, que opera bajo los nombres de Alejandro's Tortilla Factory y Mercadito La Unica.

Actualmente, Alejandro's Tortilla Factory fabrica y distribuye tortillas y pan a las principales cadenas de supermercados, así como a la mayoría de los restaurantes, en Tucson, Phoenix y el sur de Arizona.

Tortillero LLC continúa creciendo y expandiéndose en Tucson y el sur de Arizona. Nuestra visión para El Tortillero es

continuar esta tendencia en todo el estado de Arizona mediante la adquisición de equipos de última generación, a la vez que conservamos y desarrollamos a nuestros empleados clave.

Tortillero LLC planea brindar una continua satisfacción a sus clientes manteniendo un equipo de empleados con una actitud de trabajo positiva y orientada a la calidad para convertirse en el principal proveedor de tortillas del mercado actual.

“Como organización que se esfuerza por hacer lo mejor, constantemente buscamos maneras de mejorar aún más,” comparte la empresa.

Reconocida como una de las favoritas por los lectores del Arizona Daily Star, Alejandro's Tortilla Factory es famosa por sus tortillas de maíz, elaboradas diariamente con ingredientes de alta calidad. Los clientes pueden disfrutar de tortillas de maíz en una variedad de tipos y tamaños,



incluyendo mini tortillas de maíz, mini gorditas, tortillas de maíz grandes, gorditas de maíz, tacos de maíz y más.

Además, para quienes buscan tortillas de harina de primera calidad en el sur de Arizona, Alejandro's Tortilla Factory hornea y distribuye una amplia gama de productos de panadería, disponibles al por mayor y al por menor.

También disponibles, pan para hot dogs, pan dulce surtido y teleras, en paquetes de una docena. Además, ninguna comida, fiesta o menú está completo sin los deliciosos totopos, elaborados frescos diariamente en Alejandro's Tortilla Factory, disponibles al por mayor y al por menor. **P**



Solución Compacta para Bolillo



Diseñada para panaderías y negocios artesanales pequeños, la Solución Compacta para Bolillo da forma a la masa previamente alargada, creando Bolillos con puntas, sin necesidad de fermentación previa. La altura de presión ajustable y los rodillos de doble calibración garantizan un formado uniforme y delicado. Los productos terminados se depositan en una bandeja de recogida para retiro manual.

NUESTRAS REGLAS BÁSICAS PARA
**NUESTROS
CLIENTES**

— SON ETERNAS —

**NUESTRAS RELACIONES
SE BASAN EN:**

- 
- 
- Conexiones Significativas
 - Confianza
 - Calidad
 - Capacidad de Respuesta
 - Consistencia
 - Fiabilidad

Conozca más sobre nuestra harina CALIDAD PREMIUM Y ORGÁNICA:



GRAIN CRAFT
WHEAT MILLING

GRAINCRAFT.COM
855.809.9089



CENTRAL MILLING
ORGANIC FLOUR & GRAINS

CENTRALMILLING.COM
888.670.6625





LA CIMA MARKET

1644 E. SUMMIT ST.
TUCSON, AZ 85756
(520) 741-2220

La Cima Market, una vibrante carnicería y tienda de conveniencia mexicana ubicada en Tucson, Arizona, ofrece una deliciosa variedad de auténticas delicias mexicanas.

El mercado abrió sus puertas hace 18 años en la zona de Green Valley, al sur de Tucson.

“Las conchas son nuestros productos de mayor venta,” dice Miguel Medina, el panadero del establecimiento, quien trabaja en la empresa desde sus inicios.

Los populares bolillos y los bolillos rellenos de jalapeños y queso son productos fundamentales.

Desde pan dulce mexicano recién horneado y tortillas tradicionales hasta deliciosos tostitos preparados con una

variedad de rellenos como camarones, verduras o maíz, este mercado satisface todos los gustos. Disfrute de sustanciosas tortas, papas fritas crujientes, nachos con carne, refrescante cóctel de elote y una amplia selección de otras delicias culinarias.

“Abrimos los siete días de la semana, de 7 a. m. a 8 p. m.,” comenta Medina. **P**



LORANN

¡CONVIERTA ALGO TÍPICO EN ALGO ESPECIAL!

En LorAnn, nos apasiona ayudar a los panaderos y creadores de sabores a realizar experiencias audaces y deliciosas. Ya sea que tenga una tienda de galletas, una panadería o produzca al por mayor, usted encontrará ingredientes de alta calidad para realzar cada receta.

Las emulsiones LorAnn® Better Than Extracts™ Bakery Emulsions facilitan distintivas creaciones de pan dulce, pasteles, galletas y más. Desde el clásico sabor de almendra hasta sabores de moda, como mantequilla dorada, nuestras fórmulas concentradas son más efectivas para que use menos y ahorre más.

Únase a miles de panaderías que confían en la consistencia, calidad y sabor inolvidable de LorAnn. ¡Visite nuestro sitio web para comenzar su viaje de sabor!

LORANNOILS.COM



Compre LorAnn®
Better Than Extracts™
Bakery Emulsions



CREAM CHEESE JALAPENO BOLILLOS



BAKEMARK® PRODUCTS USED

#31632 Trigal Dorado® Bolillo Mix
#35179 Trigal Dorado® Fresh Yeast
#50819 BakeSense® Cream Cheese

Mezcla: Mezcle la masa siguiendo las instrucciones del paquete de Trigal Dorado® Bolillo Mix para una tanda pequeña. Divida la masa en porciones de 113 g. Deje reposar la masa durante 15 minutos. Prepare el relleno de queso crema con jalapeño mezclando 225 g de jalapeños enlatados con 2 kg de queso crema BakeSense®.

Preparación: Una vez que las porciones de masa hayan reposado lo suficiente, aplánelas en cuadrados de aproximadamente 10 cm. Coloque 40 g de relleno de queso crema con jalapeño (ver receta arriba) en el centro de cada cuadrado. Doble la parte superior de la masa obre el relleno y forme un bolillo.

Coloque en una bandeja para hornear forrada con papel de horno o engrasada y pinte con huevo batido.

Levante y Hornee: Levante a 38 °C/80% durante aproximadamente 45 minutos. Retire de la cámara de fermentación y deje reposar los bolillos 5 minutos en el suelo.

Haga 3 cortes diagonales en la parte superior de cada bolillo, lo suficientemente profundos como para que se vea el queso crema. Hornee a 400°F en un horno de convección durante 12-15 minutos con 15 segundos de vapor hasta que los bolillos tengan un color marrón dorado claro.

TRES LECHES CAKE

Mezcla: Mezcle la masa siguiendo las instrucciones proporcionadas en el paquete de mezcla para pastel Tres Leches Trigal Dorado®, duplicando las cantidades para una porción doble.

Preparación: Pese y vierta

6 ½ libras de masa en bandejas para hornear forradas con papel y con un extensor de bandeja ligeramente engrasado. Horneado Hornee a 325-350 °F durante 33-38 minutos o hasta que la temperatura interna alcance los 205 °F. Deje que el pastel se enfríe completamente antes de colocarlo en el congelador durante la noche.

Decoración: Retire las láminas de pastel del congelador. Córtelas en 4. Corte cada cuarto de

lámina por la mitad horizontalmente. Coloque la mitad inferior de cada cuarto de pastel

sobre una base para pastel BakeSense® Gold Quarter Sheet. Comenzando con esta mitad inferior, forme un borde con la crema batida Trigal Dorado® Pastry Topping a lo largo de los bordes superiores. Vierta lentamente 13 oz de Trigal Dorado® Alegría de manera uniforme dentro del borde del pastel y deje que se absorba. Extienda una capa fina de crema batida Trigal Dorado® Pastry Topping sobre la parte superior de la mitad inferior

ya humedecida. Decore con fresas frescas en rodajas. Coloque la capa superior del pastel sobre la capa inferior y presione suavemente. Forme

un borde con la crema batida Trigal Dorado® Pastry Topping a lo largo de los bordes superiores del pastel. Repita el proceso de vertido. Una vez que las 13 oz de Trigal Dorado® Alegría se hayan absorbido, cubra todo el pastel con la crema batida Trigal Dorado® Pastry Topping. Cubra el borde inferior del pastel con migas de pastel de chocolate. Use un poco de crema batida Trigal Dorado® Pastry Topping para formar un borde de conchas a lo largo de los bordes inferior y superior del pastel. Decore la parte superior con frutas cubiertas con BakeSense® Mirror Neutral RTU o bañadas en cobertura de chocolate negro derretido C'est Vivant®. También puede rociar cobertura de chocolate negro derretido C'est Vivant® sobre la parte superior del pastel.



BAKEMARK® PRODUCTS USED

- #34943 Trigal Dorado® Tres Leches Cake Mix 50 LB
- #06590 Trigal Dorado® Pastry Topping Whipped 4/8.8 LB
- #84505 Trigal Dorado® Alegría 4/8.8 LB
- #74724 C'est Vivant® Dark Coating Chocolate Block 11 LB
- #34004 BakeSense® Mirror Neutral Glaze RTU 15.4 LB
- #11732 BakeSense® Gold Cake Pad Quarter Sheet 50 CT

Soluciones con Productos de BakeMark®

TRIGAL DORADO® CONCHA MIX

Experimente la alta calidad y el auténtico sabor de la mezcla para conchas Trigal Dorado®. Elaborada meticulosamente con ingredientes de primera calidad y una fórmula avanzada, esta mezcla le permite ahorrar tiempo y concentrarse en crear las mejores conchas decoradas. Destaque entre la competencia con su toque personal. Comuníquese con BakeMark® para obtener más información y descubra nuestras otras mezclas para repostería hispana, incluyendo la mezcla de guayaba, la mezcla para bizcocho y la mezcla para pan fino.

Para más detalles, visite www.bakemark.com.



TRIGAL DORADO® MANTECADA MIX

Las mantecadas son un producto básico en cualquier panadería hispana. La mezcla para mantecadas Trigal Dorado® ofrece una corteza dorada impecable y un sabor armonioso a mantequilla y vainilla en cada mantecada. Elaborada con ingredientes de primera calidad, esta mezcla simplifica el proceso de horneado, ahorrando tiempo y esfuerzo, a la vez que conserva el sabor y la textura auténticos de las mantecadas tradicionales. Mejore la presentación de las mantecadas tradicionales con los clásicos moldes rojos.

Para más detalles, visite www.bakemark.com.



TRIGAL DORADO® FILLINGS

La línea de rellenos Trigal Dorado® es el complemento perfecto para tus empanadas, galletas, pasteles y cualquier postre que quieras rellenar de sabor. Con sabores como piña, guayaba, mango y dulce de leche, los rellenos Trigal Dorado® ofrecen sabores dulces tradicionales que harán que tus clientes vuelvan por más.

Para más detalles, visita www.bakemark.com.



TRIGAL DORADO® BOLILLO MIX

Trigal Dorado® Bolillo Mix simplifica la elaboración del pan, ya que solo necesita agua y levadura. Tanto si eres un panadero experimentado como si eres principiante, obtendrás resultados deliciosos y consistentes: crujiente por fuera y suave por dentro. Atrae a los consumidores más exigentes que buscan el bolillo perfecto y mejora fácilmente la oferta de tu panadería. Ideal también para teleras y panecillos.

Para más información, visita www.bakemark.com.



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



THE POWER OF GRAINS

At El Triunfo Bakery in Tucson, customers from miles away travel to buy the bakery's famous hot dog buns, along with many other Hispanic bakery breads that are distributed throughout the bustling city of Tucson known for its significant Hispanic population. An estimated 44 percent of the city's population is Hispanic.

The Sonoran hot dog bun is a signature item at El Triunfo. Customers crave the unique flavor – a sweet bun with a little salt – because it reminds them of home and the wonderful tastes of home.

A Sonoran hot dog is a popular, bacon-wrapped style of hot dog that originated in Hermosillo, Sonora, Mexico, in the late 1980s. This hot dog has become a beloved staple in Tucson and Phoenix, Arizona. It is characterized by its unique ingredients, often served in a toasted, split-top bolillo-style roll.

Similarly, Tucson retailer La Cima Market offers breads and buns made with recipes that trace back to Mexico.

"These recipes are a little different. You could find these same breads at stores in Mexico," explains Miguel Medina, the baker who joined the bakery in southern Tucson 18 years ago when it first opened.

Across the nation, Americans are embracing heritage grains like never before.

For example, amid heightened public and government scrutiny of refined grains, the Grain Foods Foundation (GFF) is readying a multimedia campaign that spotlights grain-based foods as a staple of US nutrition and an affordable, convenient dietary choice for consumers.

The integrated marketing and communications campaign, dubbed "Grain Foods Make the Moment," with spots running through February 2026.

As nutrition guidance continues to evolve, this study adds important clarity around the role of grain foods in supporting public health. The findings highlight the value of balance – not just in overall eating patterns, but in the types of grain foods we include. Recognizing the nutritional contributions of both whole and refined/enriched options offers a more inclusive and realistic path to better outcomes for Americans' diet and overall health. To learn more, visit GrainFoodsFoundation.org.

"Healthy grains are a critical component of healthy diets," explains Dr. Adam Drewnowski, Professor of Epidemiology at the University of Washington.

Erin Ball, executive director of the GFF, said the foundation has partnered with leading digital media for editorial integrations, content amplification and advertising in its

audience's most engaged channels, including Instagram, YouTube and TikTok.

GFF, along with its sister organization, the Grain Foods Research Institute, is committed to nutrition education programming that is firmly rooted in science. Working together with its Scientific Advisory Board, a multidisciplinary group of nationally recognized nutrition and healthcare experts, GFF is a strong supporter of its members and serves as a resource for consumers and the media who want to learn more about the role of grains in a well-balanced eating pattern.

GFF's campaign focuses on "reinforcing trust and understanding around grain foods" and on helping people "feel confident about keeping grains on the table," Ball said.

To that end, the initiative features four 30-second "hero spots" that show grain-based foods common to different mealtimes: a peanut butter and jelly sandwich, an egg sandwich on an English muffin, pasta with vegetables, and tacos with protein and vegetables.

With so much confusion around what makes a grain food truly healthy, new research now offers a clearer picture: a combination of grain foods can support better nutrition and metabolic health when they deliver on nutrient density. A new study published in *Nutrients*, which analyzed the diets of more than 14,000 Americans over five years, found that both whole and refined grain foods play a role in improved diet quality, nutrient intake and everyday accessibility.

Conducted by researchers at the

Center for Public Health Nutrition at the University of Washington, the peer-reviewed study analyzed data from the National Health and Nutrition Examination Survey (NHANES) from 2017 to 2023. The analysis found that many everyday grain foods – including some breads, cereals and tortillas – ranked surprisingly high for nutrient density and affordability. The findings offer a more nuanced view of grain foods, moving beyond assumptions and highlighting a broader range of options that can support health.

Using two new nutrient profiling models to evaluate carbohydrate quality and overall nutrient density, the Carbohydrate Food Quality Score CFQS-3 and the Nutrient Rich Food (NRF9.3) index, the study identified which grain foods qualify as "healthy grain foods" based on higher levels of fiber, protein and essential nutrients, and lower amounts of added sugars, saturated fat and sodium. This approach revealed that both whole and refined grain foods can meet the mark, contributing meaningfully to diet quality and health. People who consumed more of these healthy grain foods had better overall nutrient intake, healthier eating patterns and more favorable markers of metabolic health.

CUSTOMER ENGAGEMENT

Food City recently hosted its 23rd Annual Tamale Making Contest at its south Phoenix location, a community-centered celebration honoring tamales as a cornerstone of cultural

identity and holiday tradition. Resembling the family gatherings known as tamaladas, the Dec. 13 event brought together home cooks whose recipes preserve family history, regional flavors, and cherished memories.

The finalists were judged by representatives from Food City, the Arizona Food Marketing Alliance, the Greater Phoenix Chamber, and Telemundo, with entries evaluated on flavor, texture, presentation, and authenticity. As the aroma of steaming tamales filled the air, dozens of community members gathered to watch the judging and celebrate the grand finale.

Oyuki Osuna, a first-time contestant, earned first place with her Sonoran-style red chile and pork tamales, a recipe passed down through generations of her family from Sonora, Mexico. Judges praised the dish for its balance, depth of flavor, and traditional preparation. Oyuki was awarded a \$500 Food City gift card and a \$1,000 credit from Mueblería Del Sol.

For Oyuki, who is also a small-business owner in the Valley and sells tamales, the tradition goes far beyond food. She shared that tamale-making brings families together during the holidays, allowing relatives to prepare food collectively and share it with loved ones who may be far away. Winning the contest was deeply personal for her and has further motivated her dream of opening a restaurant or food truck. **P**

THE VALUE OF HONEY

New research points out that 75% of U.S. consumers are actively trying to limit or avoid sugar in their diets.

According to the National Honey Board, Americans say they are more likely to consume foods and beverages with honey over any other sweetener.

Reasons include the following:

- Clean label efficiency — sweetener and flavor enhancer in one
- Meaningful origin story tied to bees, nature and sustainability

"As consumers embrace healthier habits in January and beyond, honey are rising in parallel," the National Honey Board reports.





Decorating Solutions

When you're decorating hundreds, if not thousands, of baked goods every day, you need ready-to-use icing solutions. Crafted with quality ingredients, BakeMark® icings fulfill your needs for vanilla buttercream, cream cheese, chocolate icing, and beyond.

The moist texture, rich flavor, and divine taste make crème cakes a favorite of dessert-lovers everywhere. BakeMark® Crème Cake Mixes contain superior ingredients for the richest flavor. They

can be used in loaf cakes, ring cakes, and even cookies.

For glazes, it is important to make your glaze the day before. It will adhere better when the sugar fully absorbs the water. Use top-quality donut glaze made with Westco® Super Speedee Glaze to make glaze that lasts.

Another impulse purchase driver, BakeMark® Sprinkelina add a shimmery touch and sweet crunch to your cakes, donuts, puff pastry, and other creations.

With a wide variety of vibrant colors in various shades, any baked good will become that much more exciting with Sprinkelina sprinkles from BakeMark®.

Making cakes from scratch requires scaling of ten or more ingredients, often increasing labor costs and the potential for errors. BakeMark® cake mixes only require two additional ingredients, reducing those risks.

Baking temperature in a rack or convection oven should be 320-335°F.

In a reel or conventional oven, the temperature should be 350-365°F.

Cakes should be inverted (turned upside down) immediately after removal from the oven to trap moisture, prevent shrinkage, and to retain straight sidewalls. Inverted cakes will require less trimming and less icing to finish them. They will also have a longer shelf life.

Understanding where cake decorations are trending is important to cake and pastry shops. The Knot is a leading influencer of decorating trends and offers valuable insights for 2026 trends.

Here are The Knot's short list of new wedding cake trends:

- '80s Opulence and Nostalgic Trappings
- Fruit Adornments
- Metallic and Pearlescent Finishes
- Large-Format Cakes in Funky Shapes
- Sheet Cakes in All Forms
- Pleats and Texture
- Oval-Shaped Cakes
- Delicate False Flowers

- Intentional Cake Styling
- Floral, Vegetal and Herbaceous Flavors
- Classical Touches
- Vintage-y Lambeth Cakes
- Classic Flavors, With a Twist
- Cake Cutting As a Spectacle
- Skill-Based Cakes

From buttercream swags and bows to the classic couple standing in a ruffled-tulle heart, '80s-style toppers are crowning cakes once again. Kitschy cakes have been amongst the trending cake designs for the past couple of years, and these additions feel like a darling callback to the weddings of our parents. In the same vein, lace details and the columns that propped up the cakes of the '80s will be back in style alongside the aforementioned wedding cake topper trends.

Fresh produce has been appearing on on-trend wedding cakes since last year, but the adornment is getting a little sweeter in 2026. Arrangements of pears, grapes and citrus are receiving a crystalline coat of sugar to add sparkle

to the tops of cakes. And cakes bedecked with berries are getting powdered-sugar showers. But whether it's sweetened or not, nature's candy is au courant.

Also making their way onto cakes from the produce aisle: vegetables are topping tiers and getting tucked on the edge of cake layers. The ruffled texture of cabbage, angular shape of artichokes or delicate silhouette of garlic scapes are a feast for the eye. We've seen them grace tablescape too, so why not extend that garden-fresh aesthetic to your dessert table in an unexpected way? **P**

SEASONAL PROMOTIONS

Check out recipes with fresh flavors, vibrant colors, and amazing tastes that brighten the season with every bite.

- March 28 National Black Forest Cake Day
- April 3 Good Friday
- April 3 National Chocolate Mousse Day
- April 5 Easter Sunday
- April 14 National Pecan Day
- May 5 Cinco de Mayo
- May 10 Mother's Day
- May 17 World Baking Day
- June 5 National Donut Day
- June 16 National Fudge Day



SPRING



PROMOTIONS

As this popular Tucson bakery plans for 2026, El Triunfo Bakery is committed to accommodating a variety of dietary preferences and restrictions. For this reason, the bakery's menu includes delectable vegetarian and vegan options, ensuring that everyone can find something to enjoy.

For those with gluten sensitivities, gluten-free alternatives are available, and the staff is well-versed in allergen awareness, making it easy to enjoy treats without worry.

Customization is encouraged, allowing guests to tailor their selections to suit personal tastes or dietary needs. Additionally, special dietary menus ensure that all patrons can partake in the bakery's offerings, making it an inclusive space for everyone.

"We are known for our commitment to serving our customers with exceptional customer service," explains Joaquin Luna, whose father founded the Tucson bakery in 1989.

El Herradero Carniceria and Panaderia features a wide selection of food and ingredients from Mexico at its two instore bakeries and seven retail stores overall in Arizona.

One ongoing campaign, Casa de los Ninos, involves donations of fresh bread and other products to their local community.

In addition, featured promotions during the spring months include empanadas in spring and summer flavors like pineapple and apple.

Spring represents renewal and celebration, and BakeMark® recommends that there is no better way to embrace this season than by refreshing your bakery's menu with delightful treats that capture the essence of spring.

Take note that National Donut Day arrives on Friday, June 5. Creating the perfect donut is much more than just choosing a donut mix, glaze, and

toppings. It requires precision and experience. From the timing of the dough proofing to the delicate drizzle or sprinkle of flavors, every step counts. BakeMark® is here with the solutions, expertise, and support you need for every craveable creation you dream up.

By starting a spring baking plan early, BakeMark® shares that you're not just preparing for the holidays; you're setting your business up for success.

Early planning allows bakeries to execute the following:

- **Capitalize on Seasonal Trends:** Spring flavors and themes can attract more customers. Think floral notes, fresh fruits, and bright, pastel decorations that resonate with the vibrancy of spring.
- **Ensure Product Availability:** By ordering your supplies early, you avoid the last-minute rush and ensure you have all the necessary ingredients and decorations from BakeMark®'s extensive catalog.
- **Strategize Marketing Efforts:** With ample time, you can plan and execute a marketing strategy that builds anticipation, engages customers, and drives sales for the holiday season. Utilizing social media can get the word out on your new offerings. Offer it as an Limited Time Offer (LTO) to create demand.

BakeMark® is synonymous with quality and variety in the baking industry. Our products are designed to meet all your baking needs, from the industry leading Westco Master Mix Yeast Raised Donut Mix and Newly released technology in Westco's 2880 ESL Yeast Raised Donut Mix to exquisite fillings and Sprinkelina sprinkles.

BakeMark® now features Westco Crème Fillings in three new fillings: orange, strawberry, and mocha. The ready-to-use, shelf-stable fillings require no refrigeration before and after

opening and bake with consistent quality and taste.

STORE PROMOTIONS

New store openings bring exciting promotions to customers throughout the Southwest. Northgate González Market has officially opened its newest full-service grocery store in Lynwood, Calif., marking a major expansion milestone for the family-owned retailer as it continues strengthening its presence across Southern California.

The 36,974-square-foot store — years in the making — was built on a long-vacant, environmentally impacted property that underwent extensive remediation supported by the California Department of Toxic Substances Control (DTSC). With the site now fully restored, the new Northgate Market brings modern grocery access, a robust fresh-prepared foods program, and substantial economic benefits to a community previously designated a food desert.

The new store showcases Northgate's continued emphasis on fresh-prepared, authentic Mexican foods—key growth categories in the company's portfolio. Highlights include a tamalería featuring scratch-made masa prepared in-house using traditional volcanic stone grinding, an expanded tortillería program producing fresh tortillas, chips, and seasonal varieties, and fresh bakery with daily pan dulce, bolillos, and signature tres leches.

The Lynwood location advances Northgate's ongoing growth strategy across Los Angeles County, pairing operational excellence with a culturally relevant, experiential in-store environment. The store features signature Northgate Market departments, including Tortillería La González, Pastelería La González, and Carnitas Don Miguel — all key differentiators in the highly competitive Latino grocery segment.

"We are thrilled to expand our

footprint with this new Lynwood store,” said Oscar González, Co-President of Northgate González Market. “This location reflects our investment in modernizing our operations, elevating our fresh-prepared offerings, and bringing high-quality products to communities that have historically lacked full-service grocery access.”

The company also marked the opening with two philanthropic investments: \$50,000 to the Lynwood Partners Educational Foundation to support student scholarships and teacher grants. In addition, Northgate Market announced \$5,000 in children’s books donated to local schools, in partnership with author Patty Rodriguez.

During the grand opening, Northgate Market executives confirmed plans to open two additional Southern California locations in Stanton and La Mirada in 2026, underscoring the company’s strategic expansion in high-density markets with strong demand for culturally focused grocery retail.

WHAT’S HOT IN CULINARY

To help retailers guide their 2026 promotions, the National Restaurant Association offers its highly anticipated 2026 What’s Hot Culinary Forecast, highlighting the trends set to shape America’s menus. The report, based on insights from hundreds of culinary professionals surveyed in October 2025, reveals that nostalgia, comfort and “flavor escapism” are defining consumer desires in 2026.

This report shows that diners are craving fusions of past trends and modern flavors. Familiar favorites are being reimaged with global influences, while wellness and affordability remain top of mind for consumers.

“Comfort and value are the twin pillars shaping America’s menus right now,” said Dr. Chad Moutray, chief economist for the National Restaurant Association. “Consumers are seeking meals that deliver joy and familiarity without breaking the bank, and operators are meeting that ask with creative takes on comfort classics and sourcing local ingredients that make healthy choices easy.”

Drawing on insights from chefs and culinary professionals nationwide, the report highlights how consumers are looking for food that feels good emotionally and financially. In response, restaurants are crafting dishes that deliver comfort and creativity without sacrificing value.

Top 10 Overall Trends for 2026

Local sourcing – Restaurants are deepening community ties by featuring ingredients from nearby farms and producers, emphasizing freshness, and sustainability.

Comfort foods – Familiar classics like soups, stews and burgers offer diners a sense of nostalgia and emotional connection.

Value menus and options – Operators are balancing creativity and cost by delivering satisfying meals that remain affordable for price-conscious diners.

Clear menu labeling, icons, and cues – Simple visual indicators help diners make quick, informed choices about ingredients, calories and sustainability.

Allergen-friendly menus – Restaurants are expanding inclusive options for guests with dietary restrictions, from gluten-free items to nut- and dairy-free dishes.

Global comfort foods – Chefs are reinterpreting homestyle dishes from around the world, blending authenticity with local influence.

“Cleaner” recipes with fewer additives and dyes – Consumers are prioritizing ingredient transparency, inspiring operators to include simpler, less-processed options.

Proteins as add-ons – From smoothie bowls to pancakes, protein is becoming a customizable boost for both taste and nutrition.

Compostable and reusable packaging – Eco-friendly materials are replacing single-use plastics as restaurants reduce waste and improve sustainability.

At the macro level, comfort and value remain the ultimate crowd-pleasers, and operators are finding new ways to deliver both through inventive sourcing, menu





simplification, and community-minded offerings. These shifts signal a restaurant landscape defined by balance and one that pairs creativity with practicality and ensures that every innovation connects meaningfully with what guests care about most.

“The 2026 forecast highlights a restaurant industry that continues to adapt to changing tastes and economic realities,” Moutray added. “It is driven by connection and creativity, bringing fresh energy to classic favorites while celebrating the global flavors that make dining out an experience.”

Likewise, the Food Industry Association recently released The Power of Foodservice at Retail 2025 report, revealing a significant shift in consumer dining habits: consumers are increasingly

choosing deli-prepared foods in place of restaurant meals, with this share more than doubling from 12% in 2017 to 28% in 2025. Many shoppers are also blending the best of both worlds: more than half of Americans (53%) now take a hybrid approach to create meals, combining deli-prepared options with items from their own kitchen.

Allison Febrey, senior manager, research and insights at FMI, points to a shift that reflects how shoppers are redefining value in food: “they want meals that deliver on quality and variety but also save time and money.” This trend is substantiated by the steady growth in retail foodservice dollar sales rising 1.6% to \$52.1 billion over the past 12 months.

“With more than half of Americans

shopping for hybrid meal occasions, there’s a real opportunity for retailers to support lunches and dinner time,” said Rick Stein, vice president of fresh foods at FMI. “Shoppers are purchasing deli-prepared options most frequently between noon and 5 p.m., and want the flexibility to pair fresh, high-quality prepared items with ingredients at home, creating meals that balance time savings and meet their well-being goals.”

“Having a signature item helps retailers ground their value proposition to the consumer,” said Andrew Brown, senior manager, industry relations at FMI. “This helps reduce decision fatigue, and if you deliver on quality and taste, you will have customers coming back again and again for that exact item.” **P**



EL TRIUNFO BAKERY

6348 S. NOGALES HWY
TUCSON, ARIZONA
(520) 573-1884

Joaquin Lona, owner of El Triunfo Bakery, explains how their family-owned bakery was founded by his father, Estanislao “Tanis” Lona in 1989.

Previously, his father had fine-tuned his baking skills for a variety of places in Tucson, including baking for the University of Arizona for a decade. Estanislao “Tanis” Lona grew up in Guadalajara, Mexico, in a large family (with 15 siblings), and then moved to Arizona when he was in his 20s.

“In July 1989, my father opened El Triunfo in Tucson,” shares Joaquin Lona, who now carries on his family’s legacy.

A winning combination was realized when Tanis’ wife, Maria Jesus “Chuy” Luna, joined the bakery and shared her family’s famous tortilla recipe.





El Triunfo was founded with a passion for authentic Mexican baked goods, rooted in culinary traditions that celebrate flavor and community. Established in Tucson, the bakery has become a beloved local gem, known for its fresh, homemade treats that evoke the warmth of family gatherings and festive celebrations.

Over the years, El Triunfo has achieved significant milestones, including expanding its menu to include a variety of traditional pastries, sweet breads, and tortillas, all made from scratch daily. The legacy of this family-owned bakery is reflected in the smiles of satisfied customers and the aromatic wafts of freshly baked goods that fill the air.

El Triunfo Bakery continues to bring people together, creating cherished memories – one delicious bite at a time.

El Triunfo Bakery offers a delightful array of authentic Mexican baked goods, showcasing the rich culinary influences of traditional Mexican cuisine. Each dish is crafted from scratch daily, highlighting signature cooking techniques that include hand-rolling tortillas and baking pan dulce to perfection. The menu is thoughtfully seasonal, utilizing locally sourced ingredients to ensure freshness and quality.

Unique features such as the bakery's signature cheese crisps and a variety of sweet bread make it a standout destination for food lovers. Patrons can expect a warm, inviting atmosphere where the glorious aroma of freshly baked goods fills the air, setting the stage for an unforgettable culinary experience.

The menu at El Triunfo Bakery features a selection of signature dishes that have garnered a loyal following among patrons. House specialties include the delightful



pumpkin empanadas and the renowned cochitos, both celebrated for their unique flavor combinations that evoke traditional recipes. Special menu categories showcase

the bakery's best-selling items, such as freshly made corn and flour tortillas that are served warm. Popular selections also feature a variety of pan dulce and

traditional doughnuts, making it easy for guests to find their favorites. Each dish is crafted with care, ensuring a memorable experience with every visit. **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!!!

ISO 9000



Spiral Mixers
Capacity from 88lbs
to 440lbs of Dough



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)



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



Call us Today! THUNDERBIRD FOOD MACHINERY, INC. (PIZZA HUT OFFICIAL 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

**See us at NRA Show 2026
Booth 3013**

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



EL HERRADERO

1310 W. PRINCE RD.
TUCSON, ARIZONA
(520) 372-8603

For more than two decades, El Herradero Carnicería and Panadería has served their loyal customers in

Arizona, including Tucson, with a wide selection of food and ingredients from Mexico, plus in-store dining.

Overall, the retailer operates seven locations. Two of their stores feature in-store fresh bakeries.





Located in the vibrant city of Tucson, El Herradero Panadería stands out as a gem for those seeking authentic Mexican flavors and ingredients. From the moment they step inside, visitors are greeted by colorful displays of fresh bakery and other fresh products, aromatic spices, and traditional Mexican pantry staples. The aisles are lined with an array of imported goods, allowing them to embark on a culinary journey through Mexico without leaving Arizona.

Featured bakery products include pastries, breads, special occasion cakes – and, of course, delicious tres leches available in a variety of delicious favors.

At El Herradero Supermarket, they can explore a diverse selection of Mexican cheeses, meats, and freshly baked goods, ensuring they can recreate their favorite dishes at home with ease. The friendly staff is always on hand to

offer recommendations or assist them in finding specific ingredients for their next culinary masterpiece.

Whether they are craving homemade tamales, authentic salsas, or refreshing aguas frescas, this Mexican grocery store is a must-visit destination for anyone looking to infuse their kitchen with the rich flavors of Mexico.

Another popular service at El Herradero

includes meal packages, which are offered as hot and ready-to-go meal packages to fit all customers' needs.

The meal packages include deli, fresh cut cheese, salsas (red and green salsas, ranging from mild to spicy, and premium meats (fresh beef, pork, and chicken selections), as well as freshly baked pastries, for parties, weddings, and family and friend gatherings. **P**





ALEJANDRO'S TORTILLA FACTORY

5338 S. 12TH AVE.
TUCSON, ARIZONA
(520) 889-2279

Prideful for their operation as a premium retailer in Tucson for delicious and authentic corn and flour tortillas, bread, chips, and more, Alejandro's Tortilla Factory has been a Southern Arizona tradition since 1980. Its award-winning products are made fresh daily.

While customers visit the bakery, they are invited to grab breakfast, lunch, or dinner from the La Cocina de Lorena menu. Shoppers can also simply call and tell us what you would like. We can give you a quote and deliver it straight to your door. Moreover, you can also contact us for custom orders.

Alejandro's Tortilla Factory was founded in December 1980 by Jose and Alejandrina Cazares. The Cazares family's vision, dedication, and aspirations made Alejandro's the thriving success it is today.

As the wholesale and retail business grew with demand, their family purchased a delivery vehicle and started its first route.

In December 1984, Ricardo and Lorena Cazares took over as the owners of the business. With their hard work and dedication, Alejandro's Tortilla Factory became one of the largest tortilla factories and bakeries in the Tucson area. In October 2002, Ricardo and Lorena incorporated and formed El Tortillero LLC – doing business as Alejandro's Tortilla Factory and Mercadito La Unica.

Alejandro's Tortilla Factory currently manufactures and distributes tortillas and bread to major supermarket chains – as well as to most restaurants – in Tucson, Phoenix, and Southern Arizona.

El Tortillero LLC continues to grow and expand in Tucson and Southern Arizona. Their vision for El Tortillero is to continue that trend across the state of Arizona through the acquisition of top-of-the-line

equipment while retaining and developing key employees.

El Tortillero LLC plans to provide continued customer satisfaction by maintaining value-driven and positive work attitude employees to become the leading tortilla factory supplier in the market today.

“As an organization which strives to do the best, we are constantly seeking ways to do things even better,” the company shares.

Recognized as an Arizona Daily Star Readers' Choice Favorite, Alejandro's Tortilla Factory is famous for its corn tortillas

– made fresh daily from quality ingredients. Customers can enjoy corn tortillas in a variety of types and sizes, including mini corn, mini gorditas, larger corn tortillas, corn gorditas, corn tacos and more.

In addition, those who are looking for premium flour tortillas in Southern Arizona, Alejandro's Tortilla Factory bakes and distributes a wide range of bakery products, which are available in wholesale or retail quantities. Hot dog buns, assorted sweet breads, and teleras are available as 1 dozen. **P**





LA CIMA MARKET

1644 E. SUMMIT ST.
TUCSON, AZ 85756
(520) 741-2220

La Cima Market, a vibrant Mexican meat market and convenience store located in Tucson, Arizona, offers a delightful array of authentic Mexican delicacies.

The market opened 18 years ago in the Green Valley area of south Tucson.

“Conchas are our top sellers,” says Miguel Medina, the retailer’s baker who has been with the company since the start.

Popular bolillos and stuffed bolillos with jalapenos and cheese are popular mainstays.

From freshly baked Mexican sweet bread and traditional tortillas to tantalizing tostitos prepared with a variety of fillings like shrimp, vegetables, or corn, this market caters to diverse tastes. Indulge in hearty tortas, crispy fries, loaded nachos with savory meat, refreshing coctel de elote, and a wide selection of other culinary delights.

“We are open seven days a week – from 7 a.m. to 8 p.m.” Medina shares. **P**



CREAM CHEESE JALAPENO BOLILLOS



BAKEMARK® PRODUCTS USED

#31632 Trigal Dorado® Bolillo Mix
#35179 Trigal Dorado® Fresh Yeast
#50819 BakeSense® Cream Cheese

Mix: Mix the dough following the directions provided on the bag of Trigal Dorado® Bolillo Mix for a small batch. Divide dough into 4-oz pieces. Let the dough rest for 15 minutes. Prepare the jalapeño cream cheese filling by mixing 8 oz. of canned jalapeños with 4 ¼ lb BakeSense® Cream Cheese.

Make Up: Once the dough pieces have sufficiently rested, flatten them into approx. 4" squares. Place 1.5 oz. of jalapeño cream cheese filling (see recipe above) in the center of each square. Fold the top of the dough over the filling and shape into a bolillo. Place on a paper lined or

greased baking tray and brush with egg wash.

Proof and Bake:

Proof at 100°F/80% for approximately 45 minutes. Remove from proofer and give the bolillos 5 minutes floor time.

Make 3 diagonal cuts across the top of each

bolillo, deep enough to show the cream cheese. Bake at 400°F in a convection oven for 12-15 minutes with 15 seconds steam until the bolillos have a light golden brown color.

TRES LECHES CAKE

BAKEMARK® PRODUCTS USED

- #34943 Trigal Dorado® Tres Leches Cake Mix 50 LB
- #06590 Trigal Dorado® Pastry Topping Whipped 4/8.8 LB
- #84505 Trigal Dorado® Alegria 4/8.8 LB
- #74724 C'est Vivant® Dark Coating Chocolate Block 11 LB
- #34004 BakeSense® Mirror Neutral Glaze RTU 15.4 LB
- #11732 BakeSense® Gold Cake Pad Quarter Sheet 50 CT



Mix: Mix the batter following the directions provided on the bag of Trigal Dorado® Tres Leches Cake Mix for twice the small batch.

Make Up: Scale and deposit 6 ½ LB of batter into paper lined baking trays with a lightly greased pan extender.

Bake: Bake at 325-350°F for 33-38 minutes or until internal temperature reaches 205°F. Let the cake completely cool down before placing it in the freezer overnight.

Finish: Remove cake sheets

from freezer. Cut them in 4. Slice each quarter sheet in half horizontally. Place the bottom half of each ¼ sheet cake on a BakeSense® Gold Cake Pad Quarter Sheet. Starting with this bottom half, pipe a border of whipped up Trigal Dorado® Pastry Topping Whipped along the edges of the top. Slowly pour 13 oz. Trigal Dorado® Alegria evenly inside the border of the cake and let it soak in. Spread a thin layer of Trigal Dorado® Pastry Topping

Whipped on the top of the soaked bottom half. Garnish with sliced fresh strawberries. Place the top layer of the cake over the bottom layer and press down gently. Pipe a border of whipped up Trigal Dorado® Pastry Topping Whipped along the edges of the cake top. Repeat the pouring process. After the 13 oz. Trigal Dorado® Alegria have soaked in, ice the cake with the Trigal Dorado® Pastry Topping Whipped.

Coat the bottom edge of the cake with chocolate cake crumbs. Use some Trigal Dorado® Pastry Topping Whipped to pipe a shell border along the bottom and the top edges of the cake. Garnish the top with fruits coated with BakeSense® Mirror Neutral RTU or dipped in melted C'est Vivant® Dark Chocolate Coating. You can also drizzle melted C'est Vivant® Dark Chocolate Coating on the top of the cake.

Product Solutions from BakeMark®

TRIGAL DORADO® CONCHA MIX

Experience the high quality and authentic flavor of Trigal Dorado® Concha Mix. Meticulously crafted using premium ingredients and advanced formulation, this time-efficient mix allows bakers to focus on creating their best decorated Conchas. Stand out from the competition with your unique signature. Contact BakeMark® for more information and check out our other Hispanic mixes, including Guayaba Mix, Bizcocho Mix, and Pan Fino Mix. For more details, visit www.bakemark.com.



TRIGAL DORADO® MANTECADA MIX

Mantecadas are a staple at any Hispanic bakery. Trigal Dorado® Mantecada Mix delivers flawless golden crust and a harmoniously buttery vanilla flavor in every Mantecada. Crafted with premium ingredients, this mix streamlines the baking process, saving both time and labor while preserving the authentic taste and texture of traditional Mantecadas. Enhance the traditional Mantecada presentation with the classic red cups. For more details, visit www.bakemark.com.



TRIGAL DORADO® FILLINGS

The Trigal Dorado® line of fillings is 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 deliver traditionally sweet flavors that will keep your customers coming back for more. For more details, visit www.bakemark.com.



TRIGAL DORADO® BOLILLO MIX

Trigal Dorado® Bolillo Mix simplifies baking, needing just water and yeast. Whether a seasoned baker or novice, expect consistently delicious results: crunchy outside and soft inside. Attract discerning consumers seeking the perfect bolillo and effortlessly enhance your bakery offerings. Also ideal for teleras and panecillos. 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.

©2026 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



Sirva la Dulzura de la Tradición

Produzca un postre inolvidable
y sin esfuerzo, lleno de
auténtico sabor con nuestra
mezcla Trigal Dorado® Tres
Leches Cake Mix, leche Alegría
Tres Leches y cobertura batida.



**ESCANEE ESTE
CÓDIGO QR PARA
VER DETALLES,
RECETAS Y MÁS.**



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

BAKEMARK®

Ingredients & Manufacturing...Delivered®