

PROGRESSIVE quarterly

Buena gente Gran compañía Gran futuro

Los tres pilares de Rooted Initiative:
Personas, Planeta y Prácticas

By Ryan Conlon



¡A algunos les gusta caliente! Episodios 2 y 3

Scott entrevista a Ryan y Jordan. ¿Pueden soportar el calor?

GENTE

- 3 Nota del editor
- 4 Q1 Estado de la Compañía
- 5 Nuestros héroes progresivos

CONOCIMIENTO

7 Buena gente Gran compañía Gran futuro

- 9 Ver el bosque por los árboles
- 13 Hollywood Fries
- 14 ¡A algunos les gusta caliente!
Episodios 2 y 3

DIVERTIDO

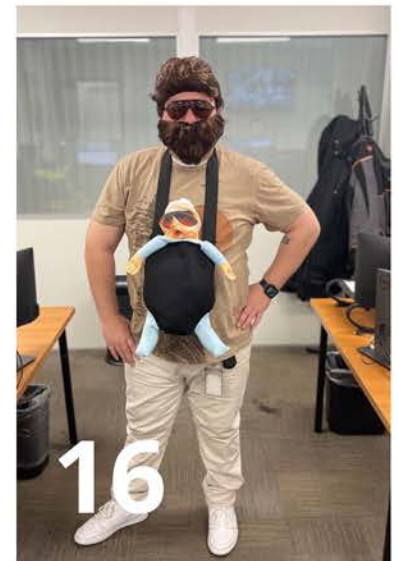
16 Concurso de disfraces de Halloween

- 17 "Solo Agrega Pavo" Colecta De Alimentos
- 18 Fiesta de Navidad
- 19 Cumpleaños atrasados
- 20 Cumpleaños próximos



¡A algunos les gusta caliente! Episodios 2 y 3

Scott entrevista a Ryan y Jordan. ¿Pueden soportar el calor?



Concurso de disfraces de Halloween

¡Gracias a todos los que participaron y felicidades a nuestros ganadores!



Que año



BY OSCAR GUZMAN

Es difícil creer que 2022 haya terminado, pero qué año. Lanzamos nuestro primer Progressive Quarterly en marzo, que dio lugar a tres ediciones más importantes, incluida esta, y todo gracias a usted. Sin usted, el Progressive Quarterly sería páginas vacías.

En cambio, este año reconocimos a trece héroes sobresalientes que marcan la diferencia todos los días. Seguimos a Daniel Rosinski en su viaje a través del programa de aprendices de la FPFC, del cual se graduará en febrero de este año. Conocimos a un par de nuestros socios productores, los Lake, los Jones y los Lehr. Tuve la gran oportunidad de entrevistar al hombre, el mito, la leyenda, Chuy Montoya, y escuchar los grandes recuerdos y citas de todos los demás sobre Chuy.

¿Y cómo podemos olvidar el mejor juego de softbol entre los Big Papas y los Zesty Sparrows? Espero con ansias la revancha de este año.

Estoy muy orgulloso de lo que todos hemos logrado como equipo reuniendo cada edición del Quarterly. Para mí, el Quarterly

es un testimonio de la gran cultura, la gran gente, la gran empresa y el gran futuro de la empresa.

Finalmente, quiero agradecer a todos los que nos permitieron echar un vistazo a sus vidas personales al compartir con nosotros fotos de su infancia, experiencias en la escuela secundaria y mascotas. Hay mucho más en cada número de Progressive Quarterly para mencionar, pero te dejaré que vuelvas atrás y le eches otro vistazo.

Algunas grandes cosas sucedieron durante el cuarto trimestre también. Nuestro propio Sean Barganski se graduó del Programa de Líderes Emergentes. Scott Leimkuhler vuelve a jugar con el calor en su regreso al segundo y tercer episodio de Some Like it Hot! ¡Presentamos nuestra cerveza Pepino Sour en el evento Hollywood Fries, que fue atendido por el famoso luchador de MMA Brian Ortega y mucho más!

Espero que disfruten esta edición de Progressive Quarterly.

Q1 Estado de la Compañía

BY: MARTY KAMER

Equipo progresivo:

¡Feliz año nuevo!

El sol se ha puesto por completo en 2022. El Año Nuevo de 2023 ha comenzado a amanecer. Las primeras semanas del Año Nuevo son el momento perfecto para reflexionar sobre dónde hemos estado y concentrarnos en el viaje que tenemos por delante. Espero ver algunos de los aspectos más destacados de 2022 en esta edición de Progressive Quarterly.

El entorno empresarial siguió siendo implacablemente impredecible en 2022. Parece que muchas facetas de los negocios se han alterado de forma permanente. El cambio climático y las interrupciones climáticas, las cadenas de suministro rediseñadas, la evolución tecnológica, la falta de coincidencia laboral y la sostenibilidad pueden generar desafíos en varios segmentos de nuestro negocio. Adicionalmente, nuestro país está experimentando su inflación más alta en décadas.

Si bien las circunstancias extraordinarias de los últimos años han influido en la forma en que hacemos negocios en Progressive, no ha cambiado la razón por la que hacemos negocios. Nos mantenemos apasionadamente firmes en nuestro PROPÓSITO: Grandes Personas... Gran Empresa... Gran Futuro...

A pesar de lo impredecible, 2022 fue otro año transformador en Progressive. Es un prerrequisito que sigamos EVOLUCIONANDO como individuos y como organización. En 2022, fortalecimos los componentes principales de nuestro negocio y logramos un progreso constante en nuestros objetivos estratégicos, asegurando nuestro éxito continuo en el futuro.



Durante el año pasado demostraste una vez más que el todo es mayor que la suma de las partes. No somos un EQUIPO porque trabajamos juntos, somos un equipo porque nos respetamos y nos cuidamos unos a otros. Reflexionando sobre el año pasado, me inspira la forma en que continuamos brindando a nuestros clientes y socios proveedores, ejecutando nuestra Misión de producir excelencia a través del desempeño y la asociación.

Este es un momento emocionante para ser parte del Equipo Progresivo. El trabajo que hacemos a diario para entregar frutas y verduras frescas y nutritivas nunca ha sido más relevante que hoy. Los clientes y socios proveedores confían en que Progressive estará disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana porque hacemos lo que decimos que haremos.

Progressive es un grupo de personas ambiciosas y talentosas que se fijan METAS elevadas y luego trabajan juntas como EQUIPO para lograrlas. Gracias por ejemplificar nuestros valores fundamentales y hacer su mejor trabajo a diario.

Las perspectivas para 2023 y el futuro son brillantes... Confío en que juntos lograremos grandes cosas.

A handwritten signature in black ink that reads "Marty". The signature is fluid and cursive, written in a professional but personal style.



2022 Heroes

**LAS GRANDES COSAS EN LOS
NEGOCIOS NUNCA LAS HACE
UNA SOLA PERSONA; SON
HECHOS POR UN EQUIPO DE
PERSONAS**

Steve Jobs

2022 Heroes



Jeannie Berger



Miriam Marquez



Shannon Bantugan



Herminia Valdez



Lisa Fetterhoff



Abder Benaifa



Raymundo Flores



Tara Olson



Robert Velasquez



Jemima Vilchez



Sandra Robles



Kevin Stear



Claudia Rojas

SUSTAINABILITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY



Buena gente Gran compañía Gran futuro

BY: RYAN CONLON

“¿Qué es Rooted?” Hace dos años, Rooted cultivó sus brotes aquí en Progressive Produce. La idea detrás de esto era simple, crear la oportunidad de ser más sostenibles como una empresa en crecimiento y retribuir a la comunidad que nos rodea.

Lauren Askew, coordinadora de ventas del equipo Traditional+, ideó el nombre Rooted. Encontró inspiración durante sus paseos por La Brea: “Me inspiraron las flores y los árboles a lo largo de mi paseo, así como todas las familias locales que siempre veía disfrutando de la noche juntos después de un largo día. Todas estas cosas estaban “arraigadas” física y emocionalmente a este lugar, a esta comunidad”.

Rooted se plantó en los tres pilares de Personas, Planeta y Prácticas. Como mencionó Lauren al nombrar el programa, nuestros pilares tenían que ser “simples y directos para que cualquiera pudiera leer sobre nuestro programa y pudieran entenderlo con bastante rapidez y ver lo que estamos tratando de lograr”.

Las personas no solo son la fuerza vital y la columna vertebral de nuestras comunidades, sino que son las personas a quienes nos esforzamos por ayudar. Planeta, solo tenemos uno, y no se ha cuidado como nos ha cuidado a nosotros. Nos esforzamos por cambiar eso. Planeamos cuidar a las personas de nuestra comunidad y nuestro planeta a través de nuestras diversas Prácticas. No hablamos por hablar, sino que nos esforzamos por caminar por el camino.

El ejemplo perfecto es nuestra fuerza que hizo PB&J y preparó almuerzos para Heart of Compassion en abril. Es la bondad en nuestros corazones lo que nos llevó a alimentar a los necesitados. Más recientemente, hemos donado útiles escolares, no por una palmadita en la espalda sino para animar a aquellos en la comunidad menos afortunados que nosotros.



Lauren Askew



Gracias a todos los que donaron útiles para nuestra campaña de regreso a clases. ¡El evento de Heart of Compassion fue un gran éxito y distribuyeron más de 500 mochilas con útiles escolares a los niños de nuestra comunidad!

Para acompañar el aspecto de responsabilidad social de Rooted viene nuestro programa de sostenibilidad. Hemos trabajado incansablemente para encontrar opciones de empaque que sean más amigables con nuestro planeta. Hemos desarrollado bolsas de papel que están eliminando los plásticos dañinos que se han usado una y otra vez en el pasado. Hemos adoptado mallas, bolsas y etiquetas reciclables para nuestros productos que están destinados a la reutilización y no solo destinados a pasar la eternidad en un vertedero. Este ha sido un esfuerzo de toda la industria y estamos empezando a ver que paga dividendos.



Sustainable packaging on display at OPS.

Para acompañar nuestro empaque sostenible, también hemos organizado días de playa dedicados a limpiar nuestras playas locales y mantener la basura fuera de nuestro océano. En 2021, Progressive recicló 491,36 toneladas de cajas de cartón, que para darle una idea son 54.163 veinticuatro paquetes de la bebida favorita de Tyler Steele, Coors Light.

Nuestro arduo trabajo no se detiene en lo que ya hemos hecho. Tenemos un evento de Acción de Gracias con Heart of Compassion el 19 de noviembre. Aquí estaremos haciendo canastas de acción de gracias para los menos afortunados. Nuestros contenedores Rooted siempre están alrededor de todas las instalaciones, ya que Heart of Compassion siempre acepta donaciones de productos enlatados, mantequilla de maní y otros productos secos.

Entonces, si continúa preguntándose: "¿Qué es Rooted?" Solo recuerde, Rooted no es solo un programa de responsabilidad social y sostenibilidad en Progressive. Es una especie de credo, uno que encarna nuestra mentalidad de dejar este mundo y las personas que lo habitan mejor de lo que los encontramos.



SEEING THE FOREST FOR THE TREES



A Q&A With Oscar Guzman,
Director of Marketing and Sales, Progressive Produce

BY LILIAN DIEP

ROOTED.

Después de conocer a Oscar Guzmán, esta es la primera palabra que surge de inmediato en mi mente cuando se trata tanto de Progressive Produce como del Director de Mercadeo y Ventas.

Nuestra industria conoce muy bien las raíces, pues sin raíces fuertes el sustento mismo que todos compartimos se volvería bastante difícil de mantener. Esta presencia temática se da a conocer en muchas aplicaciones, no solo en productos frescos.

Raíces, ramas, las aplicaciones de un árbol en su totalidad, son todas

se utiliza para representar similitudes y conexiones en nuestra vida cotidiana, como entidades corporativas, dominios de sitios web o linaje familiar. El Árbol de la Vida es un arquetipo fundamental que todos conocemos bien; y al igual que esta fuerza de vida espiritual, Progressive Produce proporciona su propia energía sustentadora.

Construido sobre cinco inquilinos dave, o sucursales, si desea continuar con mi metáfora terrenal, el departamento de marketing del proveedor se extiende vida en el mundo de los productos agrícolas con productos innovadores y estrategias efectivas de lanzamiento al mercado. El feroz equipo de marketing es conocido por producir productos más atractivos que solo productos frescos, y Oscar estaba más que feliz de profundizar en los cimientos de la empresa conmigo.

1



LILIAN DIEP:
Cuando pienso de Progressive Produce, recetas creativas e intrigantes vienen las campañas de marketing a la mente, pero sé hay más que eso se encuentra con el ojo. ¿Puedes decirme qué te motiva mientras trabajas en Progressive, Oscar?

OSCAR GUZMAN,
Director de Mercadeo y Ventas, Productos Progresivos:
En Progressive, nos basamos en cinco valores fundamentales. Nuestro equipo es implacable en nuestra búsqueda.



de excelencia Hacemos lo que decimos que haremos y nos preocupamos por nuestro negocio como si fuera nuestro. Los miembros de nuestro equipo aportan mucha energía y una gran actitud todos los días para trabajar en equipo y ser respetuosos con los demás.

Cada uno de nosotros trabaja duro para defender estos valores. Ponemos todo lo que tenemos en la empresa y nuestras comunidades no solo para ser mejores sino también para brindar bondad. Esa es nuestra estrategia de comercialización: defender estos valores, vivir nuestra misión y abrazar nuestro propósito y pasión para buscar nuestra visión.

2

LD: ¡Parece que el lugar de trabajo siempre es vibrante y atractivo! Teniendo en cuenta esta estrategia, ¿cómo deja Progressive su marca en la industria? ¿Por qué el marketing es una parte integral cuando se trata de productos frescos?

OG: Estamos constantemente pensando en el futuro. Comer frutas y verduras nos ha sido enseñado desde que éramos jóvenes, por lo que tenemos que explorar formas innovadoras de generar interés y ampliar el consumo.

El marketing generalmente se considera el departamento que hace que las cosas se vean "bonitas", pero eso es no necesariamente el caso. Podemos ser vistos como algo así como el Jack/Jill de todos los oficios.

Uno de nuestros fundadores, Charles Gilb, dijo una vez: "Las ideas innovadoras que teníamos en Progressive ahora son un estándar en el negocio de los productos agrícolas".

Nuestro departamento siempre está explorando qué innovaciones pueden convertirse en la próxima generación de estándares de producción. Tenemos nuestra propia investigación y desarrollo de marketing, y siempre pensamos en el panorama general. Nuestro equipo de marketing trabaja con todos los aspectos de la empresa, desde ventas y operaciones hasta seguridad alimentaria y más.

3

LD: Ah, si no recuerdo mal, dice el dicho: "Un Jack de todos los oficios es un maestro de ninguno, pero muchas veces es mejor que un maestro de uno? No puedo decir que lo haya escuchado a menudo para describir un departamento de marketing. ¿Cuáles son algunos de esos deberes? y responsabilidades? ¿Cómo se beneficia la empresa con los aportes del equipo de marketing?

OG: Cuando descubrimos nuevas tendencias y hábitos de compra, lo transmitimos al resto de departamentos. Identificar innovaciones clave y oportunidades de categoría ayuda a vincular en los departamentos de ventas y productos básicos, mientras que el diseño de empaques nos mantiene frente a los ojos de compradores y consumidores. La producción creativa que generamos impacta directa e indirectamente al resto del departamento, y eso es solo el lado de las ventas.

También mantenemos la presencia de la compañía en toda la industria al conectarnos con nuestros clientes y consumidores. Dicho esto, también estamos a cargo de las relaciones con los productores y el compromiso de los empleados para que ambas partes sigan prosperando.

El marketing también busca asociaciones beneficiosas, como nuestras colaboraciones recientes con Border X Brewing y Heart of Compassion. Las limas de Progressive se usan en la cerveza Pepino Sour de Border X Brewing, y siempre es una tarea divertida.



Progressive Produce se basa en cinco valores fundamentales, lo que permite que el equipo de marketing prospere y colabore en recetas creativas, campañas y proyectos de medios.



Heart of Compassion es una organización local sin fines de lucro a la que siempre esperamos ayudar. Hemos participado en eventos que benefician a los niños, como el regreso a la escuela y Toys for Tots, pero también tratamos de retribuir a las comunidades a través de iniciativas como la limpieza de la playa Nothin' But Sand de Heal the Bay. Progressive también ha comenzado a participar en organizaciones locales de compostaje para reducir nuestro impacto en el medio ambiente.



LD: ¡Supongo que no eres el único que participa en estas actividades! ¿Quiénes son tus compañeros de equipo a tu lado?

OG: ¡Definitivamente no estoy solo! Nuestra sucursal es pequeña, pero somos ágiles. Jaime Greger, coordinadora sénior de marketing, comenzó a trabajar con productos agrícolas hace casi nueve años en Progressive, y lleva el marketing en la sangre. Solía trabajar en estrecha colaboración con su padre Bob Bornhoeft, quien fue uno de los pioneros de las campañas de marketing y obras de arte de In-N-Out. Jaime realmente es el pegamento de nuestro equipo; este año nos hemos centrado en la participación de los empleados y ella ha encabezado muchos proyectos para unir a todos.

Amanda Nojadera, nuestra coordinadora de marketing digital, se unió a Progressive hace más de dos años. Ella solo ha estado en la industria de frutas y verduras durante cuatro años, pero aporta una perspectiva nueva y fresca a nuestro equipo. Amanda se graduó de la Universidad Loyola Marymount y completó con éxito el programa de aprendizaje de Fresh Produce & Floral Council en 2019.



JAIME GREGER,
Senior Marketing
Coordinator,
Progressive Produce



AMANDA NOJADERA,
Digital Marketing
Coordinator,
Progressive Produce

"Nosotros estamos constantemente

pensando en el futuro. Comer frutas y verduras tiene nos han enseñado desde que éramos jóvenes, así que Hay que explorar formas innovadoras de generar interés y expandir el consumo."

OSCAR GUZMAN,
DIRECTOR OF MARKETING AND
SALES, PROGRESSIVE PRODUCE



El video "In Search of Paper" de Progressive Produce recibió tres premios diferentes, mientras que su video "Heroes" recibió dos además de múltiples premios de empaque y diseño.



5

LD: Entonces, como equipo, ¿cómo navegan usted, Jaime y Amanda en el espacio competitivo que es la comercialización de productos frescos? ¿Cuáles son algunas formas en que te mantienes fresco en la industria?

OG: Hay tantas maneras en que nos mantenemos frescos y sostenibles en nuestra industria. Nuestro equipo crea contenido galardonado que abarca videos, empaques, anuncios y más. Cada uno brilla en todos los aspectos por los que todos trabajamos tan duro.

“En busca del papel”, un video sobre El empaque de papel 100 por ciento reciclable de Progressive para papas recibió un premio Telly de bronce de 2022, un premio AVA de oro de 2022 y un premio a la excelencia en marketing de 2022. Nuestro equipo también produjo “Heroes”, que ganó un premio Telly de bronce de 2021 y un premio AVA de platino de 2022. También recibimos un premio Gold Viddy 2021 por nuestras cebollas dulces Walla Walla, además de varios premios GDUSA de diseño gráfico y empaque por nuestro empaque de cítricos, anuncio de espárragos peruanos, anuncio de cítricos, empaque de Mim y empaque de papas baby.

Nuestro empaque presenta diseños gráficos modernos y de alta calidad que son excelente para la comercialización y al mismo tiempo cumple con nuestros estándares de sostenibilidad. Diseñar bolsas de consumo que se inviten a sí mismas a los carritos de la compra es un arte y estamos orgullosos del esfuerzo continuo de nuestro equipo de marketing para combinar los materiales de empaque correctos con imágenes que nos conectan con el producto. Limpias, convenientes y con un mensaje claro: me encanta cómo nuestras bolsas amplifican los productos que exhiben.

También mantenemos nuestra presencia digitalmente, tanto externa como internamente. ¡Nuestro sitio web está lleno de contenido dinámico e información para satisfacer la curiosidad de cualquier comprador o consumidor que busque aprender más sobre un producto, una receta o sobre nosotros! El sitio web seguirá creciendo y evolucionando con los nuevos medios que desarrollamos a lo largo del año, incluidas recetas, videos instructivos, perfiles de cultivadores y más.



Lo que también nos distingue es nuestra dedicación al compromiso de los empleados. Estamos constantemente creando nuevos eventos y formas de comunicación digital para garantizar que nuestro equipo se mantenga fuerte, incluso con el entorno actual de trabajo híbrido, remoto y presencial.

Este año, presentamos Progressive Quarterly, o PQ, una celebración interna de nuestro equipo. PQ contiene artículos divertidos y atractivos que permitan aprender más sobre nuestros compañeros de equipo en todo el país, celebrar los logros e hitos de los empleados, compartir información importante y anunciar próximos eventos. Hay tantas grandes historias que contar sobre los miembros de nuestro equipo, y estamos entusiasmados y ansiosos por aprender y compartirlas con todos.

6

LD: El equipo de marketing de Progressive es bastante ágil y flexible, como mencionaste anteriormente. ¿Diría que esto es necesario cuando reacciona a las necesidades cambiantes de hoy?

OG: ¡Mucho! Los consumidores cambian y los hábitos de compra cambian. Tener nuestra sede en Los Ángeles, California, nos ha ayudado a mantenernos alerta y convertirnos en expertos en navegar por nuestro paisaje.

Los Ángeles es conocido por su crisis de datos demográficos, y ser capaz de comprender y atender este mercado no es tarea fácil. Según nuestros estudios, y según la ubicación geográfica, los consumidores buscan uno de los siguientes: valor, innovación, conveniencia y/o intención. ¿Qué proporciona la mayor cantidad de onzas por dólar? ¿Es este producto diferente y nuevo en el mercado? ¿Se puede consumir fácilmente el producto? ¿Es transportable? ¿Estos productos se alinean con las creencias de los compradores?

Las estrategias de mercado hoy en día deben ser muy específicas en la intención y ejecución. Sabemos que la sostenibilidad y la responsabilidad social son lo más importante para los consumidores de hoy, y tenemos más de 50 años de experiencia para respaldar nuestras promociones. Si bien no podemos evitar que todas las bolsas de plástico terminen en el vertedero, nos desafiamos a nosotros mismos a marcar una pequeña diferencia dentro de la industria de productos agrícolas al ampliar nuestras opciones de empaques ecológicos y ofrecer soluciones más sostenibles para nuestros clientes.

Esto nos ha llevado a desarrollar nuestra iniciativa de sustentabilidad y responsabilidad social, Rooted, en los últimos años, la cual se basa en tres pilares: personas, planeta y prácticas. Estamos haciendo nuestra parte para construir un mañana mejor al garantizar el bienestar en el lugar de trabajo; retribuir a nuestra comunidad; minimizando nuestra huella de carbono; y el uso de prácticas sostenibles de cultivo, empaque y envío.

Todavía estamos creyendo, tanto en la práctica como en las personas, por lo que anticipo que tendremos más planes para implementar.



Yo comparo a Oscar con el árbol del estado de California, el Redwood—robusto, respetado y en constante crecimiento con

oportunidad en un entorno en el que nació para estar. Con raíces firmemente plantadas debajo y alrededor de él, tiene mentes similares a medida que expande su alcance en toda la industria. Con las manos extendidas hacia el cielo y la mente bien abierta, Oscar nos ayuda a ver el bosque por los árboles. Entonces, salgamos y exploremos, ¿de acuerdo?

Hollywood FRIES®

El 7 de octubre de 2022, un puñado de nuestros fantásticos clientes del servicio de alimentos vinieron a Progressive para obtener más información sobre nuestro programa de papas fritas de Hollywood.

El día incluyó un recorrido por nuestras instalaciones y un almuerzo en Border X. También probaron papas fritas Hollywood y nuestra popular cerveza agria Pepino.

Gracias por todos los que salieron.



¡Incluso hubo una aparición sorpresa del luchador de UFC Brian Ortega, aquí con nuestra propia Beatriz Gutiérrez!



Some Like it Hot!

Episodio 2

Volvemos con otro episodio de "Some Like it Hot!" Esta vez, Scott y Ryan Conlon conversan sobre las cebollas dulces y la vida mientras disfrutaban de aros de cebolla y salsas picantes.



Episodio 3

A algunos les gusta el calor y a otros no. ¡Es el turno de Jordan Barta en el banquillo! ¿Podrá soportar el calor?

Mira estos episodios de "Some Like it Hot!":
<https://www.progressiveproduce.com/team/>

¡Estén atentos para el próximo episodio con Ken Adams!



MUFFINS DE CAMOTE CON GLASEADO DE MARSHMALLOWS

INGREDIENTES

MUFFINS

- 1 taza de papas dulces famosas de Mim, cocidas y en puré
- ½ taza de mantequilla, ablandada
- 1½ tazas de azúcar morena, envasada
- 2 huevos
- 1 cucharadita de extracto de vainilla
- 2 tazas de harina
- 2 cucharaditas de levadura en polvo
- ½ cucharadita de bicarbonato de sodio
- 1 cucharadita de canela
- 1 cucharadita de jengibre molido
- ½ cucharadita de nuez moscada
- ¼ de cucharadita de clavo molido
- ½ cucharadita de sal
- ½ taza de leche entera

FROSTING

- ½ taza de azúcar granulada
- 2 claras de huevo
- 3 cucharadas de agua "fría"
- ¼ cucharadita de cremor tártaro
- ½ taza de crema de malvavisco
- 1 cucharadita de extracto de vainilla
- Pizca de sal

Tiempo de preparación: 30 minutos

Tiempo de cocción: 25 minutos

Porciones: 18 muffins

DIRECCIONES

1. Precaliente el horno a 350° F. Forre un molde para muffins con moldes para cupcakes. Con una batidora eléctrica, mezcle el azúcar moreno y la mantequilla en un tazón grande hasta que quede cremoso. Agregue los huevos, uno a la vez, batiendo bien después de agregar cada uno. Mezcle el puré de camote y la vainilla.
2. En un tazón, mezcle la harina, el polvo de hornear y el bicarbonato de sodio, las especias y la sal. Agregue la mitad de la mezcla seca a la mezcla de camote, revolviendo hasta que esté bien combinado. Mezcle la leche y la mezcla seca restante.
3. Vierta la masa de camote en sus moldes para muffins forrados, llenando ¾ de su capacidad. Hornee durante 20 a 22 minutos, o hasta que al insertar un palillo en el centro de cada muffin, éste salga limpio.
4. Enfríe el molde para muffins sobre una rejilla de alambre durante 5 a 10 minutos, luego retire cada muffin y enfríe completamente.
5. Para el glaseado, mezcle el azúcar, las claras de huevo, el agua, la crema de tártaro y la sal en un tazón resistente al calor. Coloque el tazón sobre una cacerola con agua hirviendo a fuego lento, asegurándose de que el tazón no toque el agua. Con una batidora eléctrica, batir durante 5 a 7 minutos hasta que se formen picos rígidos. Retire el recipiente del fuego y bata durante 1 minuto más. Agregue la crema de vainilla y malvaviscos, batiendo hasta que estén bien combinados.
6. Tome una bolsa Ziploc® de un cuarto o un galón y un tazón pequeño. Coloque la bolsa adentro, con la punta hacia abajo, y abra la bolsa alrededor de la boca del recipiente. Saque el glaseado en la bolsa, sáquelo, gire la parte superior y corte media pulgada de la esquina inferior de la bolsa. Con la palma de la mano, exprime el glaseado en los panecillos, comenzando por el exterior y en espiral hacia adentro. Cuando llegue al medio, levante la bolsa hacia arriba para crear un pico.
7. Coloque una rejilla del horno a unas 6" de la parte superior y precaliente el asador.
8. Coloque 4 panecillos en una bandeja para hornear y colóquelos en el asador. Tuesta el glaseado durante unos 90 segundos o hasta que empiece a dorarse. Verifique cada 15 a 20 segundos, reposicionando la bandeja para hornear para permitir un tostado uniforme. Repita con todos los muffins. Nota: Puede usar un soplete culinario en lugar del asador si está disponible.
9. Sirva estos deliciosos muffins en las reuniones festivas: todo el sabor de una cazuela de camote tradicional, con un aspecto y un atractivo diferentes. ¡Disfrutar!

GRACIAS A TODOS NUESTROS PARTICIPANTES DEL CONCURSO DE DISFRACES DE HALLOWEEN!



Sylvia Jimenez



Drew and Jaime Greger



Daniel Rosinski



Oscar Guzman



Alejandra Villacres



Guadalupe Rodriguez



Luis Quiroz



The Rories and their son



Daniel Carlos



Jeannie Berger



Sulema Alvarez



Abel Ramos



Scott Leimkuhler



Keystone Finance Team



Matthew Gideon and his son



THANKSGIVING EVENT 2022



¡Gracias a todos los que donaron y / o participaron!



100 MEAL BOXES



100 FAMILIES



Fiesta de Navidad

¡El 11 de diciembre de 2022 celebramos una fiesta fantástica para nuestros empleados de almacén! La lluvia pudo haber estado cayendo, pero no pudo detener la diversión. Fue una excelente manera de entrar en el espíritu navideño y mostrar aprecio por nuestros empleados.



Una banda de mariachis brindó música festiva mientras todos disfrutaban de deliciosos tamales, tacos y churros.



Tuvimos más de 50 premios de rifa para dar a los afortunados asistentes, y los niños se divirtieron haciendo adornos en la mesa de manualidades.

Nos gustaría agradecer a todos los que ayudaron a organizar el evento y lo convirtieron en un éxito. ¡No podríamos haberlo hecho sin ti!

Próximos Q1 aniversarios

Años de servicio hasta 2023



Martin Meza Abril
30yrs



Marty Kamer
25yrs



Jim Mason
25yrs



Iliana Arana
20yrs

JULIAN BARRAGAN	24YRS	ROBERT VELASQUEZ	11YRS	NORA ALVARADO	4YRS
JOSE LOPEZ AISPURO	22YRS	ISRAEL PARRA	11YRS	MARIA LOURDES GUZMAN	4YRS
ATILIO PACHECO	22YRS	FRANCISCO ELICECHE	9YRS	CESAR MARTINEZ	4YRS
NORBERTO VERONICA	21YRS	JOSE CALDERON	9YRS	MARTA LILIAN SALAZAR	4YRS
EDGAR GUERRA	21YRS	LAUREN BRIERLY	8YRS	FABIOLA RUIZ PEREZ	4YRS
MIKE BLUME	19YRS	ANA CRIDER	8YRS	EDGAR GUERRA JR	4YRS
MARIA CEDENO MONTES	19YRS	TAMI DINGES	8YRS	PABLO MORENO MARTINEZ	4YRS
CARMEN ZEPEDA	19YRS	MARIA PATRICIA PARRA CARRILLO	7YRS	MIRIAN LUNA	4YRS
GABRIEL ANDRADE	18YRS	JOAQUIN GUZMAN	7YRS	MIGUEL ANGEL LOPEZ	3YRS
DAN BORER	18YRS	EDDIN BARRIENTOS	7YRS	JAVIER JARA	3YRS
STEVE LONG	17YRS	RAFAEL MENDOZA	6YRS	AMANDA NOJADERA	3YRS
SONIA RAMIREZ CHICAS	17YRS	JOSE LUNA JR	6YRS	RICHARD LOPEZ	3YRS
JUAN MACANA	17YRS	JUNIOR GUZMAN	6YRS	ABDON BANUELOS DELGADO	2YRS
JEANNIE BERGER	16YRS	LUIS RAMIREZ	6YRS	OSCAR ARELLANO	2YRS
ORTELIO ORTIZ	15YRS	OSCAR GUZMAN	6YRS	JORGE CAMACHO	1YR
BERNARDINA FLORES LUNA	15YRS	CARLOS IBARRA	5YRS	KEVIN NAKASHIMA	1YR
JAIME RODRIGUEZ	13YRS	NOEMI DIAZ	5YRS	GUADALUPE PEREDA	1YR
MARIA OCOTLAN	13YRS	CESAR ARREOLA	5YRS	MARIO POLANCO	1YR
RUDY POLANCO	13YRS	BENJAMIN GOMEZ	5YRS	CARLOS SURIA	1YR
ABEL RAMOS	13YRS	SUSAN QUACH	5YRS	EDUARDO ZAZUETA	1YR
JORDAN RORIE	12YRS	ML DAVIES	5YRS	KEVIN AGUILAR	1YR
FRANCISCO FIGUEROA	12YRS	MARTHA GONZALEZ	5YRS	VILIULFO RUIZ	1YR



Cumpleaños próximos

Enero

- 1 - Guillermo Arellano
- 2 - Kevin Castellanos
- 4 - Jeannie Berger
- 5 - Romualdo Gonzalez
- 6 - Sandra Robles
- 8 - Omar Castellanos, Pablo Posas, and Jesus Montoya
- 10 - Maria Vilchis Barcenas
- 12 - Martin Meza and Simon Miller
- 14 - Jose Huerta
- 15 - Martha Gonzalez
- 16 - Tara Olson
- 17 - Jorge Vejar
- 19 - James Mason
- 20 - Francisco Cazarin and Sebastian Casas
- 21 - Jose Calderon and Alex Meza
- 22 - Benito Rodriguez
- 26 - Viliulfo Ruiz
- 27 - Steven Robles
- 28 - Ismael Rostran and Alan Wong
- 29 - Edgar Guerra and Jordan Rorie
- 30 - Jesus Escobar
- 31 - Wilfredo Oliva

Febrero

- 1 - Martin Lopez Jacobo
- 2 - Rigoberto Hernandez
- 3 - Jose Carrillo and Oscar Guzman
- 5 - Abdon Banuelos Delgado and Francisco Figueroa
- 6 - Fabiola Ruiz Perez
- 8 - Rosa Martinez and Mario Avila Bolanos
- 9 - ML Davies and Miyuki Escobar
- 10 - Artemio Velazquez
- 11 - Robert Velasquez
- 12 - Luis Medrano
- 20 - Juan Magana
- 23 - Miguel Lopez
- 26 - Ana Crider



Marzo

- 1 - Alejandra Jimenez
- 3 - Marta Salazar and Debra Stevenson
- 4 - Sylvia Jimenez
- 5 - Efren Banuelos and Dave Walker
- 6 - Melissa Luna
- 7 - Durcmon Kirk, Anthony Sanchez Rodriguez, and Angelica Hernandez
- 8 - Juan Pena Nunez and Jorge Camacho
- 11 - David Luna
- 12 - Vicki McEntee
- 13 - Carolina Carrillo
- 19 - Juan Maseda and Aimee Frye
- 20 - Eli Carrillo and Humberto Lamas
- 21 - Abel Ramos
- 23 - Carolyn Gagnon and Ezequiel Santacruz
- 24 - Jordan Barta
- 25 - Beatriz Gutierrez
- 26 - Maria Ocotlan, Javier Gomez, and Cesar Pacheco Hernandez
- 30 - Carlos Ibarra
- 31 - Mario Hernandez Pena