

# FRIJOLES DUCAL

## Un reinado que no acaba

CON MÁS DE 50 AÑOS DE OFRECER EL MEJOR SABOR CASERO, DUCAL, EL REY DE LOS FRIJOLES SE HA GANADO UN PUESTO EN LA MESA DE LOS HOGARES Y CORAZONES CENTROAMERICANOS.



Marca #1 en participación de mercado en la categoría de frijoles en Centroamérica.



**IMPERIO DUCAL**

**País de origen y año de creación:**

Guatemala, 1969.

**Mercados:**

Centroamérica, Panamá, Estados Unidos.

**Productos:**

Frijoles Molidos/Voltados.

Frijoles Enteros en presentaciones hogalata y doypack.

Frijoles de Olla en Bolsa, Doypack 8oz y 14oz con empaque apto para microondas.



Ducal se rejuveneció consolidando su cambio de imagen al estrenar corona y se posicionó como Rey de los Frijoles en la región, todo esto manteniendo los altos estándares de calidad y entregando la receta casera al mantener su esencia y valores de marca. Durante el año 2021, la empresa fortaleció su negocio a nivel regional, incursionando en nuevos mercados y entregando innovación al entender las necesidades del consumidor. El crecimiento presentado en la categoría, frijoles, les permitió la consolidación como líderes a nivel regional en participación de mercado. Además, entregaron a los consumidores una forma más fácil y práctica para consumir los frijoles al introducir empaques aptos para microondas que permiten al consumidor ahorrar tiempo y esfuerzo al cocinar. Durante la Pandemia, la marca Ducal no sacrificó la calidad de su producto y logró mantener el mismo sabor casero que valoran sus consumidores "Entendimos que si bien fueron años difíciles, la marca se mantuvo en el corazón de sus consumidores y no nos detuvimos para hacer todo lo que estaba en nuestras manos para mantener la disponibilidad de nuestros productos y aun así entregar innovaciones que facilitarían la vida en estos momentos difíciles", señaló Paulina Zimeri, Gerente Regional de Marca Ducal. Adicionalmente, la empresa forma parte de la iniciativa "Entre Chappines Hacemos el Cambio", Proyecto liderado por Ducal y acompañado por otras marcas reconocidas de alimentos, que buscó unir esfuerzos que se materializaron en alimentos para las familias

que la necesitaban como consecuencia de la pandemia de COVID-19, atendidas por World Vision. De acuerdo con Zimeri, en el caso de Guatemala (uno de sus principales mercados), fortalecieron aún más la relación con su consumidor y el liderazgo al presentar las ediciones especiales de latas conmemorativas del bienestar de la nación centroamericana. Esta iniciativa permitió honrar los valores históricos de Guatemala pero también acercó la marca a jóvenes que interactuaron con el producto a través de iniciativas digitales innovadoras.

Destacó, que en momentos difíciles es posible encontrar maneras para celebrar y ver siempre el lado positivo al conmemorar a una gran nación. "Aprendimos que la vida es frágil y cada día debemos pensar aún más en nuestros consumidores y buscar la manera de ofrecerles una mejor forma de vivir", agregó Zimeri.

Para Ducal, la nueva normalidad cambió muchos hábitos de consumo, ahora se buscan formas más prácticas y nutritivas de alimentarse. Entendimos, agrega Zimeri, que el tiempo es el tesoro más valorado y queremos brindar a nuestros consumidores formas más prácticas para alimentarse y a la vez comer bien de una manera balanceada.

Concluyó, que en esta nueva etapa buscan brindar al consumidor nuevas posibilidades de usos del frijol, que nunca se imaginaron, con el fin de mantener un buen estilo de vida con una dieta balanceada y que ofrezca maneras más fáciles para lograrlo.

EL REY DE  
LOS FRIJOLES

DESDE 1969

**DUCAL**

ducafrijoles.com