

AS MARCAS MAIS LEMBRADAS

14^a
edição



TOP
DE MARCAS
APUCARANA

2022

**AS MARCAS MAIS LEMBRADAS PELOS
APUCARANENSES**

DESDE 2009

Alimentação | Automóveis | Bebidas | Comunicação | Educação
Imóveis | Saúde | Serviço | Turismo | Varejo

REALIZAÇÃO:

PESQUISA:



A COMUNICAÇÃO DO PROPÓSITO

Estamos todos emergindo de uma pandemia que mudou tudo. Não mudaram os meios de comunicação, mas a essência do que comunicar. As transformações ganharam velocidade e a percepção do consumidor pelo real propósito da marca se expandiu. Não se trata mais de construir uma imagem, mas de criar reputação. Os consumidores querem verdadeiramente saber o que as empresas, por meio dos seus produtos e serviços, estão oferecendo para ajudar as pessoas a terem uma melhor experiência.

Não se trata de dizer mais quem são as empresas e o que elas fazem, mas sim qual é a proposta de valor que entregam. Quais caminhos estão criando para democratizar e facilitar o acesso da população a itens relevantes para a sua qualidade de vida. E o que estão realizando para contribuir com o meio ambiente onde todos habitamos, com a cultura tão importante para o pertencimento, com a inovação tão relevante para a inclusão.

Pautar seus públicos de interesse com os seus valores e com ações capazes de transformar a sociedade e o meio ambiente é o legado que a pandemia está deixando. Comunicar os indicadores sociais, ambientais e de governança corporativa é um caminho sem volta. As empresas e suas marcas estão numa grande vitrine, à vista de todos, disseminando experiências que são vivenciadas pelos consumidores e opinadas por eles próprios. Entender o seu verdadeiro papel na sociedade e comunicar conteúdos relevantes sobre o propósito e as ações de transformação é o que fará a grande diferença na sustentabilidade corporativa e na longevidade das marcas.

Cláudia Romariz

Jornalista e Founder of Top de Marcas

QUAL A MARCA QUE VEM À SUA LEMBRANÇA?

Entrevistados que representam o perfil dos apucararenenses são convidados a revelarem os nomes que estão na memória

Uma vez ao ano, há 14 anos, a população de Apucarana é convidada a responder a esta única pergunta: qual a marca que vem à sua lembrança quando pensa em diferentes segmentos de mercado, aqueles que estão no seu dia a dia ou que chamaram a atenção pela comunicação e relacionamento com os consumidores.

A metodologia utiliza a segmentação por cotas para definir a amostragem da entrevista de acordo com os números apontados pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e que definem o perfil dos moradores da cidade por

sexo, idade e escolaridade. A amostragem por renda é calculada com base nos indicadores do IPCMaps que mapeia o potencial de consumo das cidades brasileiras. E amostra por região é baseada na quantidade de moradores dos bairros, totalizando 400 entrevistados.

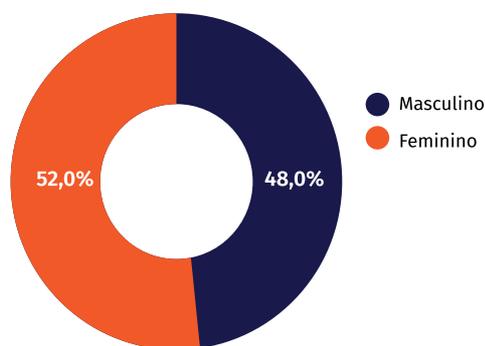
“O estabelecimento de cotas por perfis da população permite uma aproximação da amostra pesquisada com as características populacionais da cidade de Apucarana, resultando assim em uma maior representatividade”, afirmou Renato Rocha, diretor da Litz Estratégia e coordenador da pesquisa.



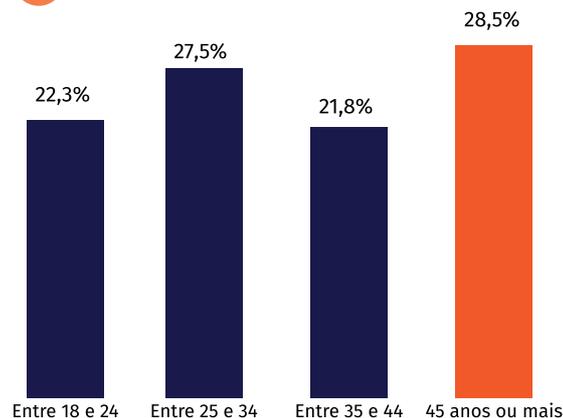
EXPEDIENTE

Top de Marcas Apucarana 2022 é uma publicação da **CRCOM EDITORA LTDA** – Av. Aryton Senna, 500, sala 504 – Gleba Palhano – Londrina/PR – CEP 86050-460 – Fone (43) 3322-3388 – E-mail crcom@crcom.com.br. **Jornalista responsável:** Cláudia Romariz – DRT 2457. **Textos:** Vanuza Borges e Cássio Gonçalves. **Projeto gráfico e diagramação:** Resma Design. **Impressão:** Grafnorte. **Distribuição:** Encarte da Tribuna do Norte para Apucarana, Arapongas e Vale do Ivaí

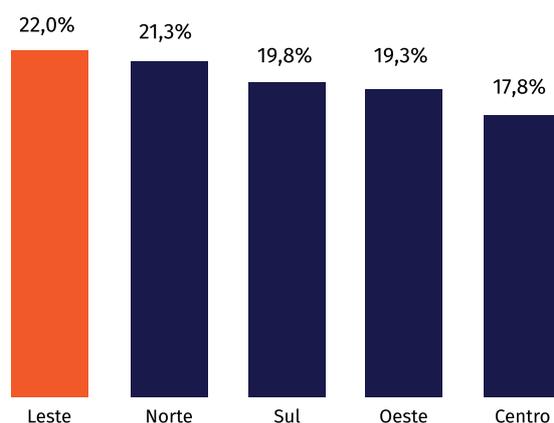
Gênero
Base de 400 entrevistados



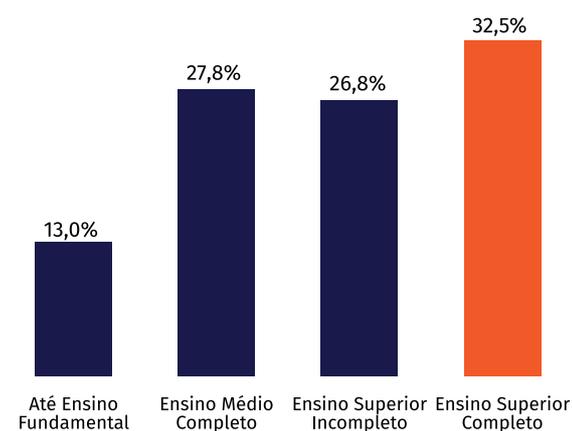
Faixa Etária
Base de 400 entrevistados



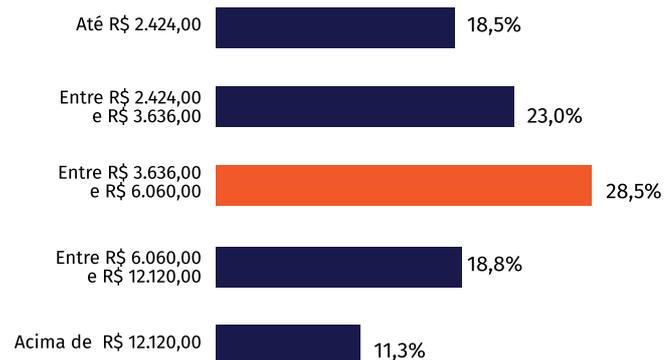
Região de Moradia
Base de 400 entrevistados



Escolaridade
Base de 400 entrevistados



Classificação Social (Renda Familiar)
Base de 400 entrevistados



07 ALIMENTAÇÃO
Arroz, Feijão, Padaria & Confeitaria, Pão, Pizzaria, Restaurante, Sorveteria e Supermercado

10 AUTOMÓVEIS
Auto Vidros, Bateria, Concessionária de Veículos, Lavagem de Carros, Posto de Combustível, Revenda de Motos e Revenda de Pneus

13 BEBIDAS
Água, Café, Cerveja, Leite, Refrigerante

16 COMUNICAÇÃO
Emissora de Rádio AM, Emissora de Rádio FM, Emissora de TV, Jornal, Programa Local de TV e Site Local de Notícias

19 EDUCAÇÃO
Colégio Particular, Escola Profissionalizante, Educação a Distância, Ensino Superior

21 IMÓVEIS
Construtora, Imobiliária, Loja de Material de Construção

24 SAÚDE
Academia de Ginástica, Farmácia, Farmácia de Manipulação, Laboratório Médico, Plano de Saúde

26 SERVIÇOS
Autoescola, Instituição Financeira Cooperativa, Corretora de Seguros, Gráfica, Monitoramento Eletrônico, Pet Shop, Transportadora e Vidraçaria

30 TURISMO
Agência de Turismo, Clube de Lazer e Hotel

31 VAREJO
Colchão, Fábrica de Bonés, Floricultura, Loja de Brinquedos, Loja de Calçados, Loja de Esportes, Loja de Informática, Loja de Roupas Feminina, Loja de Roupas Infantil, Loja de Roupas Masculina e Ótica





**SOMOS NÚMERO 1
EM APUCARANA!**



*A marca que mais
representa a cidade
A marca mais amada
A empresa mais desejada
para se trabalhar*

A todos, nosso muito obrigado!

55

ANOS
DESDE 1967



COMPRE EM NOSSA LOJA ONLINE!

WWW.LOJA.PARANATEX.COM.BR

Entregamos para todo o Brasil

LOJAS DE FÁBRICA

Fábrica Apucarana

Av. Minas Gerais, 5435
(43) 2102-3000

Loja Apucarana

R. Tamandaré, 444
(43) 3422-7290

Loja Belo Horizonte

R. dos Goitacazes, 1468
(31) 9 8411 9729

Loja Brusque

Av. Primeiro de Maio, 182
SI.01
(47) 9 9149 0022

Loja Curitiba

R. Dr. Bley Zornig, 1109
(41) 3287-7777

Loja Londrina

Av. Leste Oeste, 1620
(43) 3339-3000

Loja Maringá

Av. Tamandaré, 831
(44) 3226-4080

Loja Goiânia

Avenida 85, n. 327
(62) 3412-8602

Loja São Paulo I

R. Major Marcelino, 179
(11) 2698-5565

Loja São Paulo II

R. Almirante Barroso, 576
(11) 2694-1842

Loja São Paulo III

R. Dr. Ricardo Gonçalves, 169
(11) 2692-7007

Tienda Asunción

Av. Eusebio Ayala, 3065
+595 021 660724

WWW.PARANATEX.COM.BR • TELEVENDAS: 0800 701 3050

MARCAS QUE REPRESENTAM APUCARANA

Pesquisa revela marcas de empresas associadas a lembrança e ao desejo dos consumidores



MARCA APUCARANA

Paranatex	13,0%
Super Muffato	6,0%
Caramuru Alimentos	3,3%
Nortox S/A	3,0%
Kowalski Alimentos	3,0%
Outros	66,5%
Não lembra	5,2%

TOP TRABALHO

Paranatex	10,5%
Nortox S/A	4,5%
Louis Dreyfus Company	4,5%
Copel	3,8%
Caramuru Alimentos	2,8%
Outros	53,8%
Não lembra	20,1%

TOP MAIS AMADA

Paranatex	4,8%
Super Muffato	4,8%
Baudelaire Cookies	2,5%
Burguer King	1,8%
Bonny Store	1,5%
Outros	66,3%
Não lembra	18,3%

Não faltam pontos em comum entre as empresas que conquistaram o Prêmio Top de Marcas 2022. O uso das mídias sociais está consolidado neste mundo cada vez mais virtual. As plataformas digitais são vistas como ferramentas estratégicas para o sucesso alcançado nesta edição – sem excluir os veículos tradicionais, que são verdadeiros aliados nesse processo.

Porém, os meios, por si sós, estão longe de serem os únicos protagonistas desse enredo que envolve a conquista de corações e mentes. Hoje, com o fim das restrições sociais, enquanto os negócios tentam voltar ao “normal” em meio às consequências econômicas da pandemia, ganhou mais força o “calor humano” oferecido a um público ainda convalescente dos efeitos do isolamento social.

Sem contar aqueles aspectos que nunca saem de moda, como a qualidade de produtos e serviços, a tradição, os constantes investimentos em ampliação e em tecnologia, o foco na satisfação dos clientes, entre outros pontos recorrentes nas falas das empresas vencedoras.

Tops Marcas Corporativas

Pelo terceiro ano consecutivo, a Paranatex foi a marca que os apucaranaenses mais relacionam com a cidade no Top Marca Apucarana (13%), com a vantagem de que, nesta edição, a liderança teve requintes de pluralidade. Afinal, pela primeira vez, foi incluída na pesquisa duas outras perguntas: “Qual é a marca de empresa de Apucarana que você mais ama?” e “Qual é a empresa de Apucarana que você mais gostaria de trabalhar?”.

E a Paranatex também liderou os dois novos rankings: Top Mais Amada e Top Trabalho. “Não há segredo (para marcar dessa forma a mente e o

coração dos apucaranaenses). O que existe é muito trabalho e muito amor, sempre buscando a excelência e a qualidade naquilo que fazemos, e tudo isso se traduz em lembranças positivas por parte de nossos clientes e pessoas que ouvem falar da Paranatex”, revela o diretor comercial da empresa, Felipe Alexandre Felipe Neto.

No ranking da marca mais amada, o Grupo Muffato empata com a Paranatex, estando ambos com 4,8% das menções, e conquistou a segunda colocação como marca mais lembrada da cidade, com 6%. Para o supervisor regional Noroeste, José Vicente Bovo, o resultado representa o reconhecimento, por parte dos clientes, do quanto a empresa contribui para a economia da cidade.

“Revela a importância do Grupo Muffato para a rotina e para a economia do consumidor local, disponibilizando novas ferramentas tecnológicas para a prestação de serviços e a modernização do atendimento, somadas a um mix de produtos diferenciados”, destaca Bovo.

Três vezes no podium

Na cidade nacionalmente famosa pela produção têxtil, a empresa do gênero que é mais reconhecida, mais amada e que os moradores mais gostariam de trabalhar se chama Paranatex Têxtil. Não é por menos. A fundação do Grupo Têxtil Apucarana na cidade vem da década de 1960, pela família Felipe.

Nesse período, a empresa cresceu, ajudou Apucarana a se desenvolver e, hoje, é uma das maiores empregadoras do norte do Estado, com cerca de 800 colaboradores, além de exportar seus produtos a vários países da América do Sul.

“Receber o Top de Marcas 2022 representa os frutos de nossos esforços e a prova de que trilhamos com seriedade e dedicação por esse caminho há 55 anos”, descreve o diretor comercial Felipe Alexandre Felipe Neto.

Investimentos constantes em novas tecnologias e estudos de mercado são fatores que asseguram a boa aceitação dos produtos pelo mercado. Além disso, a empresa busca ter um relacionamento próximo com os clientes. “Nossas lojas garantem esse relacionamento ao proporcionar um atendimento personalizado. Também contamos com vários representantes espalhados pelo Brasil e América do Sul, que ajudam a preservar essa proximidade com nossos clientes”, afirma Felipe.

PÚBLICOS APONTAM PREFERÊNCIAS

Conheça as marcas mais lembradas por sexo, renda e faixa etária

Os apontamentos da Pesquisa Top de Marcas vão além das marcas mais lembradas pelos moradores de Apucarana. Ela também analisa os indicadores e discerne quais as que se destacam em públicos específicos de acordo com sexo, renda e faixa etária. Nesse caso, são comparadas as diferenças entre a menção da marca em seu segmento de mercado e o percentual de lembrança no público específico.

TOP PERFORMANCE	
CVC	19,8%
Crystal	19,8%
Unimed	11,5%



Top Performance

O Top Performance avalia a marca que mais cresceu em percentual na lembrança do público pesquisado comparando os índices deste ano com os do ano anterior. Em 2022, a agência de viagens **CVC** e a água **Crystal** foram as marcas com maior crescimento na memória do consumidor, ambas com aumento de 19,8% em relação a 2021. Na terceira colocação ficou a **Unimed** com o percentual de crescimento de 11,5%.

TOP CLASSE A	
Café Jandaia	8,6%
Farmácia Saúde	8,3%
Farmácia Saúde	7,5%



Top Classe A

Na avaliação entre a lembrança de marcas pelo público das classes sociais A e B, considerando a diferença entre o índice alcançado no segmento e o percentual de citação entre a população com renda mensal familiar acima de R\$ 8 mil, a vencedora foi o **Café Jandaia** com 8,6%. Em segundo lugar, está a **Farmácia Saúde Manipulação** e em terceiro a **Farmácia Saúde**.

TOP POPULAR	
Colchões Castor	4,6%
Super Muffato	4,4%
SENAI	4,4%



Top Popular

Em 2022, quem está na 'boca do povo' é a **Colchões Castor**. No Top Popular (avaliação percentual entre o resultado alcançado pelas marcas e a lembrança pelas classes sociais C e D), a empresa alcançou o índice de 4,6%. Empatados, em segundo lugar, está o supermercado **Super Muffato** e a escola profissionalizante **Senai**.

TOP FEMININO	
SENAI	5,0%
Sicredi	4,7%
Auto Vidros Apolo	4,2%



Top Feminino

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, o **Senai**, foi o mais lembrado no público feminino. Pertencente ao Sistema Fiep, a escola profissionalizante obteve o percentual de 5% na comparação entre o percentual conquistado pela marca no seu segmento e o percentual de lembrança do público feminino, seguido pelo **Sicredi** e **Auto Vidros Apolo**.

TOP MASCULINO	
Carrossel Brinquedos	10,3%
Pimpolho	6,7%
Flor e Arte	6,1%



Top Masculino

Em 2022, a marca vencedora do Top Masculino foi a **Carrossel Brinquedos**, com um total de 10,3% alcançados na diferença entre o número de citações no seu segmento e a quantidade de homens que se lembraram da marca. Em segundo lugar vem a loja de roupa infantil **Pimpolho**, com 6,7%, e a floricultura **Flor & Arte**, com 6,1%.

TOP ADULTO	
Farmácia Saúde	6,1%
Karlos Calçados	5,2%
Frias	5,1%



Top Adulto

No Top Adulto, que analisa a lembrança entre os apucaranaenses da faixa etária entre 20 e 54 anos, a marca que lidera em 2022 é a **Farmácia Saúde** com 6,1%, obtidos na comparação entre o percentual conquistado pela marca no seu segmento de mercado e o seu percentual de lembrança entre os adultos. Em segundo lugar está a **Karlos Calçados** seguida do **Arroz Frias**.

TOP TEEN	
Nova AM	18,0%
Água Azul	14,7%
Trans Apucarana	12,8%



Top Teen

Entre adolescentes, a marca que alcançou o melhor posicionamento foi a **Rádio Nova AM** com o índice de 18% aferido na comparação entre o percentual conquistado pela marca no seu segmento de mercado e o seu percentual de lembrança na faixa etária de 15 a 19 anos. O **Clube de Lazer Água Azul** ficou em segundo e a **Trans Apucarana** em terceiro.

TOP SÊNIOR	
CVC	22,7%
UTFPR	15,8%
UniCesumar	14,3%



Top Sênior

Com 22,7%, a marca que alcançou o Top Sênior e obteve o melhor desempenho entre a população acima de 54 anos, foi a **CVC**. O resultado é a comparação entre o percentual conquistado pela marca no seu segmento de mercado e o seu percentual de lembrança nesta faixa etária. Em segundo vem a **UTFPR** e em terceiro a **UniCesumar**.



Novas maneiras para se alimentar

O setor de alimentação foi um dos mais desafiados ao longo dos últimos dois anos. A pandemia de Covid-19 mudou hábitos, forçando quem trabalha no setor a investir e inovar, em especial, para atender o consumidor final. O ano de 2022 é marcado, neste primeiro semestre, por uma trégua, mas as mudanças prevalecem como delivery, cardápios adaptados, controle maior de pessoas no ambiente e uso de máscara. Segundo pesquisa da Associação Nacional de Restaurantes, realizada em novembro do ano passado, apenas 34% dos consumidores já haviam retornado aos hábitos de consumo de antes da pandemia. Neste ano, esse percentual saltou para 51%, trazendo otimismo ao setor.

Arroz

Em Apucarana, o arroz de cada dia tem nome: Arroz Frias. Desde o início da história da empresa, com compra e vendas de cereais, em 1965, o que permanece intacto, segundo o sócio proprietário, Luiz Fernando Frias, é o respeito ao cliente aliado à qualidade do produto, que vai da seleção ao beneficiamento dos grãos. “O resultado é um arroz de excelente qualidade para o consumidor final”, garante. Com uma equipe de 13 colaboradores, a Arroz Frias aposta na distribuição para se manter entre as marcas mais lembradas. “Atendemos desde o pequeno comércio até as grandes redes do atacado e do varejo e buscamos sempre novas tecnologias para entregar aos nossos clientes o melhor produto”, revela.

Feijão

Feijão com arroz, combinação clássica no prato dos brasileiros; feijoada, tutu ou em caldo. O que não falta é receita para apreciar um bom feijão, mas para os apucaraneses, quando o assunto é feijão, o nome que vem à cabeça é Kirei. Tradicional no mercado, a marca aposta na divulgação boca a boca para manter-se na liderança e preferência das famílias na Cidade Alta e, claro, na qualidade dos grãos comercializados. Outro fator explorado pela Feijão Kirei é o relacionamento próximo com os estabelecimentos comerciais de Apucarana e municípios vizinhos. “A tradição, o bom atendimento e o preço justo fidelizam o cliente”, afirma Milton Shigueyuki Kuroda, fundador da empresa Kirei.

ARROZ

Frias	31,5%
Tio João	10,8%
Prato Fino	8,5%
Faixa Nobre	8,3%
Grão Classe A	7,5%
Outros	18,8%
Não lembra	14,6%

FEIJÃO

Kirei	21,5%
Caldo Bom	10,8%
Grão de Luxo	5,8%
Martinélli	3,8%
Grão de Ouro	2,5%
Outros	9,3%
Não lembra	46,3%



PADARIA/CONFEITARIA	
Pão Quente	17,5%
Padaria Leal	12%
Brasil	12%
Godoy	7,5%
Celia Salgados e Bolos	4,8%
Outros	30,0%
Não lembra	16,2%

PÃO	
Caseirinho	44,0%
Pullman	11,0%
Bauducco	9,5%
Panco	5,3%
Visconti	3,0%
Outros	7,7%
Não lembra	19,5%

Padaria e Confeitaria

Com uma vitrine de dar água na boca, a Pão Quente foi a mais lembrada no segmento de padaria e confeitaria. No mercado há 30 anos, o proprietário Marcus Granetto avalia que, além do investimento no ano anterior em aplicativos e entrega em domicílio, a aproximação com os clientes através das mídias sociais também contribuiu para assegurar a liderança. Contudo, não renuncia às mídias tradicionais e ao velho e bom telefone fixo. “Buscamos sempre inovar nos produtos, manter a equipe motivada e, acima de tudo, prezamos por atendimento de qualidade, honestidade e lealdade aos nossos clientes”, diz.

Pão

“Qualidade e amor no que fazemos”. Assim, a diretora Karol Barbosa, define a liderança da Caseirinho Alimentos no Top de Marcas 2022. A marca, que nasceu com receita caseira e alternativa de renda para a família, conta hoje com 250 colaboradores e uma diversidade de produtos nas linhas tradicional, integral e artesanal. Segundo ela, a qualidade dos produtos, ao lado da tradição da marca e da

experiência proporcionada pelo sabor dos pães da Caseirinho, contribui para manter a marca viva entre os consumidores. Outro fator apontado por ela são os canais de atendimento, como o SAC, que criam relacionamentos próximos aos consumidores.

Pizzaria

A Pópidi entrou para o hall das marcas mais lembradas quando o assunto é pizza em Apucarana. Há cinco anos na cidade, a pizzaria está localizada na Avenida Curitiba, um dos endereços mais movimentados, e fortalece sua lembrança nas redes sociais. “Ficamos honrados em saber que nosso trabalho, feito com qualidade e dedicação, está agradando nossos clientes”, diz Weslei Anselmo, proprietário. Forte no delivery, a Pópidi tem um cardápio variado de pizzas, esfihas e ainda trabalha com rodízio. A empresa nasceu em Arapongas e, nove anos depois, tem filiais em Cianorte, Rolândia e Astorga. Ao todo, a rede conta com 38 colaboradores.

Apucarana tudo tem.

Muffato

**Inclusive
toda a
nossa
gratidão.**

Receber o Top de Marcas em Apucarana nos enche de alegria e orgulho. É o reflexo de muito trabalho e dedicação para fazer cada dia mais e melhor para todos os apucaraneses.

Obrigado!



**SUPER
Muffato**
Vem! Tudo tem!

Restaurante

Com um buffet repleto de pratos típicos da culinária brasileira e uma grelha de carnes, o Restaurante Simões conquistou pelo quarto ano consecutivo o topo na memória dos apucaranaenses. “Estamos há 20 anos em Apucarana e sempre trabalhando para oferecer o melhor para os nossos clientes. Mudamos de endereço recentemente para proporcionar uma experiência ainda mais agradável na hora do almoço”, comenta Vitor Simões, sócio proprietário. O restaurante, localizado na Avenida Minas Gerais, ficou mais amplo. “O espaço traz melhor experiência e contribui com a nossa lembrança na mente dos consumidores, além da presença que temos nas mídias sociais”.

Sorveteria

Picolé, casquinha, taça decorada ou torta? Com diferentes formatos e sabores exclusivos, a Gela Boca lidera quando o assunto é sorvete na Cidade Alta. “É com muita gratidão e felicidade que recebemos essa notícia. Agradecemos a todos por lembrarem da Gela Boca e esse prêmio nos impulsiona a inovar e aprimorar nossos serviços e produtos para proporcionar uma experiência de alta qualidade para os nossos clientes”, afirma André. Há nove anos no mercado e com uma equipe de colaboradores, a filial apucaranaense da Gela Boca aposta em ações presenciais e em meios de comunicação,

tradicional e digital, para manter a marca viva entre os consumidores.

Supermercado

Em onze anos de funcionamento na Cidade Alta, o Supermercado Muffato está perfeitamente integrado à vida do apucaranaense. Em um ramo de grande concorrência, é uma das duas marcas mais amadas da cidade segundo a pesquisa, fruto da proximidade com a população, da qualidade dos produtos, promoções inseridas diariamente na mídia local, programas de relacionamento e facilidade nos recebimentos. Recentemente, o Grupo Muffato inaugurou a sua segunda unidade, a Loja Bela Vista, uma das mais modernas e conceituadas da rede, fortalecendo ainda mais a marca na cidade. Para o futuro, a empresa na construção de um varejo humanizado e inovador. “Seguiremos com novidades nas campanhas promocionais, novos produtos, bons preços e atendimento

de qualidade, ofertando ao cliente múltiplos canais de compra e pagamento”, afirma o supervisor regional Noroeste, José Vicente Bovo.

SORVETERIA

Gela Boca	34,3%
Ula-Ula Sorvetes	23,8%
Chiquinho	10,8%
Sabor Irresistível	9,3%
Tremontini	3,0%
Outros	11,8%
Não lembra	7,0%

SUPERMERCADO

Super Muffato	37,3%
Cidade Canção	25,8%
Condor	16,5%
Molicenter Supermercado	7,8%
Supermercado Alvorada	6,0%
Outros	6,6%
Não lembra	0,0%

PIZZARIA

Pópidi	25,5%
D'Itália	17,5%
D'Lucca	10,0%
Ninja	7,5%
Pizza & Cia	5,3%
Outros	25,8%
Não Lembra	8,4%

RESTAURANTE

Simões	10,0%
Panela Mineira	9,5%
Changai	6,8%
Facchiano	5,5%
Matsuri To Go	4,0%
Uai Sô	4,0%
Outros	49,5%
Não lembra	10,7%





Tecnologia e design agregam valor

Dados do mês de maio trouxeram alívio para o setor automotivo. O mês terminou com a maior venda de veículos novos em 2022. Em todo país foram emplacados 174.814 automóveis e comerciais leves, de acordo com relatório da Fenabrave, a associação das concessionárias. Mesmo com a falta de insumos e a inflação, tanto Anfavea quanto Fenabrave acreditam no crescimento do setor para este ano frente a 2021: mais 8,5% e mais 4,6%, respectivamente. Os seminovos continuam como opção mais viável para o consumidor e o segmento tem registrado alta nas vendas. Além de modelos novos e usados, o setor automotivo tem registrado uma tendência no mercado, os veículos elétricos. A cada ano, as vendas de veículos eletrificados (híbridos e 100% elétricos) têm apresentado aumento, além das marcas investirem em tecnologia e design para conquistar o público.

Auto Vidros

A Auto Vidros Apolo está há 26 anos no mercado e, neste, conquistou o título de mais lembrada entre os apucaraneses no seu segmento. A empresa trabalha com vidros automotivos, autoelétricos, som automotivo, vidro elétrico, auto elétrica, entre outros serviços. A marca aposta num bom relacionamento com o cliente para garantir espaço na sua memória. “Neste período, buscamos trabalhar de forma honesta e com qualidade para nos mantermos ativos. Além disso, prezamos por um bom atendimento e qualidade no serviço”, afirma Beatriz Pereira, administrativo da Apolo.

Bateria

“Trabalhamos diariamente com foco na satisfação dos nossos clientes e receber esse mérito é, motivo de orgulho e traz aquela sensação de que todos os esforços valeram a pena”, afirma Paulo Humberto Bittencourt Atibaia, diretor da Eletran, empresa mais lembrada no segmento baterias. Segundo ele, alguns fatores contribuem para que o público lembre da marca, como a qualidade dos produtos, a excelência no atendimento, o respeito ao consumidor, a padronização da comunicação da empresa e o investimento em publicidade em diversos meios de comunicação. Além disso, a Eletran investiu na modernização visual interna das lojas em Apucarana, Londrina e Maringá. A empresa está há 59 anos no mercado, tem 300 colaboradores e atuação em países no Mercosul.

AUTO VIDROS	
Auto Vidros Apolo	9,0%
Gonçales Auto Vidros	4,8%
Auto Vidros Fortaleza	2,8%
Katony Auto Vidro	0,5%
Autoglass	0,3%
Vidraçaria Paraná	0,3%
Não lembra	82,6%

BATERIA	
Eletran	58,0%
Moura	7,5%
Extranger	6,5%
Bats	5,8%
Scarp	5,0%
Outros	4,5%
Não lembra	12,7%



Concessionária de Veículos

“Os veículos Chevrolet têm evoluído muito e isso nos ajuda a proporcionar novas experiências aos clientes, consolidando, assim, o nosso espaço”, afirma Amanda Boscardin, sócia-proprietária da Apucarana Auto Peças, revendedora Chevrolet e líder na memória dos apucaraneses. A história da concessionária se funde com a do próprio município. Apucarana tem 78 anos e a empresa está há 76 na cidade. A tradição no mercado não é a única responsável pelo sucesso da marca que aposta, além de investimentos em comunicação, na capacitação da equipe. “Temos colaboradores 100% treinados e focados no melhor atendimento ao cliente, sem deixar de mencionar a qualidade de nossos produtos e serviços”, comenta Amanda. A empresa possui filiais em Ivaiporã, Arapongas e Rolândia.

Lavagem de Carros

Há nove anos, a Monte Carlo constrói sua história no setor de lavagem de carros e, pelo segundo ano consecutivo, é a mais lembrada entre os consumidores. “É gratificante saber que nosso trabalho é reconhecido, pois nos dedicamos com muito carinho e atenção aos nossos clientes”, afirma João Paulo de Sousa, proprietário. Para João Paulo, a combinação entre prestar um serviço de limpeza especializada, com produtos diferenciados, e treinamento da equipe, contribui para chegar ao topo. Além dos cinco colaboradores, a empresa aposta em diferentes formatos de comunicação como folders, rádio, marketing digital e com a infalível indicação.

Posto de Combustível

O Posto de Combustíveis V Brambila, que completa 30 anos, mantém a liderança invicta como o mais lembrado pela população no segmento. “Recebemos esta notícia com muito entusiasmo e orgulho. Significa que estamos fazendo um bom trabalho, e um ótimo atendimento aos nossos clientes”, afirmam. São duas unidades e 42 colaboradores, com o diferencial do espaço físico que permite fácil acesso, principalmente de carretas e grandes veículos, dispendo de várias bombas de combustível para o atendimento simultâneo. Para a divulgação, o V Brambila faz veiculação publicitária em rádio e outdoor, e está presente nas redes sociais. Uma das ações bastante utilizadas ao longo dos anos foram as promoções envolvendo sorteios com premiações, o que também contribuiu com o fortalecimento da marca no mercado.

Revenda de Motos

A revenda de motos número 1, em 2022, na memória dos apucaraneses, foi a Asa Motos. Há mais de 15 anos, a empresa atua no ramo de comercialização de motos novas e usadas, fazendo a compra, venda e consignação de motos multimarcas. A Asa Motos também tem investido em novos meios de comunicação, como as plataformas digitais, onde aproveita para estreitar o relacionamento com o seu público. “Recebemos com muita alegria essa premiação porque é um meio de reconhecimento do esforço e do trabalho especial a cada cliente”, diz Gustavo Henrique Batista, gerente comercial da Asa Motos.

Revenda de Pneus

Há 27 anos no mercado automotivo com comércio de pneus, suspensão e freios, a Gonçalves Pneus mantém a liderança como a mais lembrada em 2022 entre os apucaraneses. “Sempre prezamos pelo crescimento e, com esse prêmio, fica claro que estamos fazendo nosso trabalho da forma correta,

CONCESSIONÁRIA	
Apucarana Auto Peças (Chevrolet)	37,0%
Ciavena (Volkswagem)	15,5%
Jeep Marajó	7,0%
Auto Arapongas (FIAT)	5,0%
Toyopar (Toyota)	1,8%
Outros	5,8%
Não lembra	27,9%

LAVAGEM DE CARROS	
Monte Carlo	6,5%
JP Car	6,0%
Posto V. Brambla	4,3%
Lucas Estética Automotiva	3,8%
B.A. Centro de Estética	1,3%
Outros	14,8%
Não Lembra	63,3%



ESTAMOS COMEMORANDO 77 ANOS COM MUITOS OBJETIVOS E VÁRIOS SONHOS. E SER A CONCESSIONÁRIA MAIS LEMBRADA, NOS INDICA QUE ESTAMOS NO CAMINHO CERTO!





NOSSO AGRADECIMENTO A VOCÊ, POR DIVIDIR ESSA ESTRADA CONOSCO.

APUCARANA . ARAPONGAS
IVAIPORÃ . ROLÂNDIA



12 AUTOMÓVEIS

POSTO DE COMBUSTÍVEL

V. Brambila	25,0%
Brasil Sul	18,0%
Catuai	13,5%
Matrix	5,8%
Auto Posto Catedral	5,0%
Outros	24,5%
Não lembra	8,2%

REVENDA DE PNEUS

Gonçales Pneus	14,0%
Pit Stop	12,3%
Pitoni Pneus	12,0%
Pneunorte Auto Center	4,8%
Renato Auto Service	2,0%
Outros	6,3%
Não lembra	48,6%

que visa oferecer a melhor experiência aos nossos clientes”, diz Felipe Mendes Gonçalves, diretor da empresa. Nos últimos anos, a marca reforçou a presença no comércio digital, além de fixar endereços em Arapongas e Maringá. Já na comunicação, o plano de divulgação da marca reúne meios tradicionais, como rádio e jornais, com as plataformas digitais. “Com o crescimento das redes sociais estamos, cada vez, buscando uma maior conexão com os nossos clientes e parceiros”, revela.

REVENDA DE MOTOS

Asa Motos	12,0%
BL Motos	10,3%
Vimase Motos	9,8%
Uso Motors	3,5%
SS Motos	3,0%
Outros	6,0%
Não lembra	55,4%



12 VEZES CONSECUTIVAS COM A
ALEGRIA E SATISFAÇÃO RENOVADAS.

OBRIGADO, APUCARANA!

A MARCA DE BATERIAS
MAIS LEMBRADA DE
APUCARANA



eletran





Diferenciação para paladares exigentes

O cardápio de bebidas disponível é amplo para atender os diferentes momentos do dia. O consumo de água na versão mineral, com ou sem gás, e saborizada, tem aumentado no Brasil nos últimos anos. Depois da água, o café aparece como o mais consumido. Por dia, o consumo varia de 3 a 4 xícaras por pessoa. O queridinho é o tradicional expresso. Na sequência, aparecem as versões capuccino, macchiato e mocha. Já quando o assunto é bebidas alcoólicas, a cerveja assume a liderança. Assim como em qualquer setor, as marcas estão atentas ao comportamento dos consumidores, que estão mais exigentes e abertos a novas experiências e a consumir produtos diferenciados.

Água

'Levar água por aí sem deixar resíduos'. Com essa premissa, a água Crystal, que faz parte da Coca-Cola Brasil, tem se aproximado dos consumidores e conquistado um lugar especial na mente dos apucaranaenses. Em um ano, a marca não só alcançou o topo, mas obteve uma distância percentual de 20% da segunda colocada. A água Crystal tem se colocado no mercado com forte pegada verde. Tanto é que 100% das embalagens são feitas de outras garrafas, não gerando novos resíduos. A marca também apoia a Fundação Amazonas Sustentável, devolvendo toda água usada para o meio ambiente desde 2013. A água Crystal, que vai da convencional às saborizadas, vem de várias fontes no Brasil, nos estados do Espírito Santo, São Paulo, Minas Gerais, Maranhão e Alagoas.



Café

O café é a bebida mais consumida pelos brasileiros depois da água, segundo dados da Organização Internacional do Café (OIC) e Dieese. E, para os apucaranaenses, o café mais lembrado é o Jandaia, que está há 30 anos no mercado. “A marca Jandaia é líder em Apucarana e região graças ao trabalho que vem se consolidando ao longo desses 30 anos, sempre com o mesmo padrão de qualidade, excelência no atendimento aliada à ética e respeito aos clientes”, avalia Sidney Fávaro, diretor comercial

ÁGUA MINERAL	
Crystal	36,5%
Maceratti	14,3%
D'Fonte	6,5%
Nestlé	5,5%
Bonafont	2,3%
Outros	7,0%
Não lembra	27,9%

da Café Jandaia. Outro fator, segundo ele, que contribui com a permanência da marca no topo é o investimento contínuo em meios de comunicação, como rádio, televisão, mídia digital e pontos de vendas.

Cerveja

Desde 1888, a Brahma vem conquistando o paladar dos brasileiros e, claro, dos apucaranaenses nos últimos anos, como constata o Prêmio Top de Marcas. “Esse reconhecimento é positivo e, também, a prova de que nossas iniciativas acompanham os anseios dos consumidores apucaranaenses. Nos traz satisfação e muito orgulho saber que Brahma tem um espaço de carinho na memória de Apucarana”, revela Luísa Dufour Eisenbach, gerente de Marketing Regional Sul. Luíza observa que a Brahma aposta em duas plataformas muito fortes e que são paixões dos brasileiros, assim como a Brahma Duplo Malte: o futebol e o sertanejo. “Queremos dar às pessoas toda a ‘brahmosidade’ de nossa cerveja, que não é apenas a cremosidade

CAFÉ	
Café Jandaia	30,3%
Três Corações	21,5%
Melitta	8,0%
Pilão	5,5%
Café Itamaraty	4,8%
Outros	20,0%
Não lembra	9,9%

CERVEJA	
Brahma	31,0%
Skol	23,3%
Heineken	18,0%
Amstel	6,3%
Eisenbahn	3,0%
Outros	16,8%
Não lembra	1,6%

BRAHMA
A CERVEJA MAIS
LEMBRADA
DE APUCARANA



BEBA COM MODERAÇÃO



LEITE	
Líder	34,3%
Polly	14,8%
Tirol	9,3%
Parmalat	9,3%
Ninho	6,5%
Outros	16,5%
Não lembra	9,3%

que a Brahma tem, mas reflete os bons momentos e experiências inesquecíveis que passamos ao longo dos tempos”, complementa.

Leite

Consumido de diferentes maneiras, o leite está presente na mesa dos brasileiros desde o café da manhã. Já a Leite Líder, empresa com uma história de 42 anos de mercado, é a mais lembrada entre os apucaraneses. “Receber o Top Marcas demonstra que estamos no caminho certo, conquistando mercado e alcançando a mesa do consumidor”, diz Alexandre Bento de Souza, gerente de vendas. A Leite Líder dispõe de uma ampla e diversificada linha de

produtos lácteos. Para manter o título de mais lembrada, o gerente revela que a marca mantém o foco na qualidade dos produtos, ao mesmo tempo, que investe em mídia, dos meios tradicionais às plataformas digitais.

Refrigerante

A maior marca de refrigerantes do mundo, a Coca-Cola também reina isolada entre os apucaraneses. Em solo brasileiro, o Sistema Coca-Cola Brasil é o maior produtor de bebidas não alcoólicas do país e tem mais de 200 produtos de nove segmentos. Ouvir as pessoas e criar produtos que atendam às suas necessidades é a paixão da marca. A Coca-Cola é reconhecida mundialmente por suas sacadas criativas e inovadoras de comunicação com o público. Sempre atenta ao comportamento dos consumidores, a marca aposta em diferentes plataformas para conversar com os consumidores, que vai do tradicional ao digital. Nos últimos anos, a Coca-Cola tem apostado na divulgação das iniciativas sociais da marca e ações de marketing regionalizadas.

REFRIGERANTE	
Coca-Cola	68,5%
Guaraná Antartica	13,0%
Fanta	5,5%
Pepsi	4,5%
Sprite	1,8%
Outros	4,0%
Não Lembra	2,7%



PARA NÓS, NÃO EXISTE PRÊMIO MAIOR DO QUE SER LÍDER NA MESA E NA MEMÓRIA DO CONSUMIDOR

MUITO OBRIGADO POR MAIS UMA CONQUISTA

Leite Líder, no topo do Prêmio Top Marcas Apucarana pela 3ª vez consecutiva.

LEITE LÍDER

@LIDELIDER F A.ETELIDEROFICIAL LIDERALIMENTOS.COM.BR



Desafio da credibilidade impulsiona veículos

Jornais, rádios e emissoras de televisão inovaram nos últimos anos sem perder a credibilidade. Em tempos de incertezas, como o atual, permeado por notícias falsas, uma pesquisa feita pela Digital News Report, do Reuters Institute, apontou, no Brasil, que 54% da população acredita nas notícias publicadas pela imprensa. Para os brasileiros, as emissoras de TV são mais confiáveis ao lado do jornalismo local e jornais regionais. Já o relatório deste ano produzido pela We Are Social e Hootsuite, revela que o WhatsApp tem 165 milhões de usuários, YouTube 138 milhões e o Instagram 122 milhões. Com ambas as informações em mãos, as empresas de comunicação têm ganhado espaço nas plataformas digitais, com investimentos em tecnologia e em pessoal, adequando formatos de conteúdo para atenderem ao público, mas sem perder a credibilidade.

Emissora de Rádio AM

Desde outubro de 1994 no ar, a rádio Nova AM, de forte veia jornalística, é conhecida na cidade por informar o ouvinte, em tempo real, dos principais fatos policiais da cidade e região. “Nossas equipes de repórteres contam com toda estrutura para ir em busca da notícia, o que inclui veículo, Vhf para link ao vivo e celular”, conta o gerente Dreyer Soares Pinga Fogo de Oliveira. Para Dreyer, a dedicação dos colaboradores resulta em informação de qualidade, com credibilidade e muito respeito aos ouvintes. “O nosso diferencial é falar a linguagem das pessoas que nos ouvem”, diz. Dreyer revela que a emissora está em processo de migração para o FM.

Emissora de Rádio FM

De ouvidos atentos para não correr o risco de ressoar ultrapassada, a rádio 98 FM se mantém na liderança entre os ouvintes. “Para estar no topo é preciso permanecer atento e entregar um produto criativo e de qualidade”, comenta o diretor-geral da rádio, Valmor Ignácio Giavarina. Uma das estratégias para assegurar a liderança, segundo ele, foi agregar as redes sociais no dia a dia da rádio. “As transmissões dos programas ao vivo com som e imagem pelas redes sociais, além de promover acesso ilimitado a todos em qualquer parte do mundo, é um agregador de valores, tanto na programação musical quanto jornalística”, diz. Outra ação para marcar espaço na mente dos ouvintes é ir para as ruas com unidade móvel, infláveis, wind banners e apoiar eventos artísticos e esportivos.

RÁDIO AM	
Nova AM	40,5%
Jovem Pan AM	0,5%
Rádio Cultura AM	0,5%
Não lembra	58,5%

RÁDIO FM	
Rádio 98 FM	47,5%
Jovem Pan FM	17,0%
Rádio Cultura	3,8%
Rádio RTR Apucarana 94.5 FM	3,5%
Rádio Pinga Fogo	1,5%
Outros	5,8%
Não lembra	20,9%

Emissora de TV

A Rede Massa alcançou novamente a liderança, mas bem próxima ao segundo colocado. Há 52 anos no ar em Apucarana, como TV Tibagi, a emissora faz parte da história da cidade. Além disso, segundo a coordenadora de Marketing, Natália Alonso, eventos como ‘Minha Cidade é Massa’ e links diários da cidade geram proximidade com o público, contribuem para que seja a mais lembrada entre os apucaranaenses. “Criamos um programa local aos sábados, Redação

1º LUGAR
SITE DE NOTÍCIAS
E JORNAL
IMPRESSO

**COMPROMISSO
CREDIBILIDADE
TRADIÇÃO**



*31 anos levando informação
até você*

TRIBUNA
DO NORTE

tnonline



EMISSORA DE TV	
Rede Massa (SBT)	35,5%
RPC TV (Globo)	35,0%
RTV/Canal 38	14,0%
RIC (Record)	3,8%
Tarobá (Bandeirantes)	2,8%
Outros	1,5%
Não lembra	7,4%

JORNAL IMPRESSO	
Tribuna do Norte	52,5%
Folha de S. Paulo	5,0%
Folha de Londrina	3,8%
Gazeta do Povo	2,3%
O Estado de S. Paulo	1,5%
Outros	1,0%
Não lembra	33,9%

Massa, direto de Apucarana. Em breve, a Rede Massa lançará novos projetos e investimentos, estreitando o relacionamento com a cidade”, diz. O relacionamento com o público, para Natália, também acontece através de conteúdos relevantes e de credibilidade.

Jornal

Tradicional em Apucarana, a Tribuna do Norte, mais um ano, saiu à frente com uma diferença de 50% de vantagem. Para o diretor do Grupo Tribuna, André Luís Marçal de Oliveira, o diferencial é a valorização da cidade, o respeito aos fatos e a credibilidade conquistada ao longo de décadas. “A Tribuna do Norte está há mais de 30 anos no mercado e, para conquistar o leitor, contamos com a dedicação de uma equipe de profissionais focada em informar com agilidade e credibilidade”, ressalta. Além da publicidade nos próprios veículos, André acredita que os

serviços prestados pelo jornal em prol da cidade contribuem para manter o nome da marca na memória dos apucaraneses. O Grupo é formado pelo jornal Tribuna do Norte, TNOline e Grafinorte, e conta com mais de 100 colaboradores diretos.

Programa de TV Local

O Jornal 38 é o programa de TV local mais lembrado entre os apucaraneses. “É uma alegria muito grande, pelo quarto ano consecutivo, ser a marca mais lembrada como programa de TV. Isso mostra que estamos fazendo um trabalho bem-feito e de qualidade”, avalia o diretor comercial, Juliano Tamiya. Desde 1998 no ar, Juliano reforça que a empresa procura inovar cada vez mais, tanto no canal de TV, quanto nas plataformas digitais. “O nosso canal no YouTube tem mais de 122 mil inscritos e fomos o primeiro veículo de imprensa de Apucarana a receber a placa de 100 mil inscritos da plataforma”, disse. Além dos próprios meios de comunicação, o Canal 38 também aposta em outdoors, busdoor e nas redes sociais para manter-se próximo ao público.

Site de Notícias Local

O site TNOline está, literalmente, ON há 20 anos e tem uma média de quatro milhões de visualizações por mês. Um dos maiores portais de notícias do Paraná, o TN também é um dos produtores de conteúdo para o UOL. Atualizado por uma equipe de jornalistas, o site é abastecido com conteúdo em diferentes formatos. As reportagens e entrevistas em vídeo têm ganhado espaço com o Jornal da Tribuna, apresentado ao vivo nas plataformas digitais. O diretor do Grupo Tribuna, André Luís Marçal de Oliveira revela que o plano é aprimorar, cada vez, a qualidade dos produtos, com a utilização do melhor que

PROGRAMA DE TV LOCAL	
Jornal 38	26,3%
Tribuna da Massa	9,0%
Meio Dia Paraná	4,8%
Patrulha da Cidade	1,8%
Fala Cidade	0,8%
Jornal da Manhã	0,8%
Outros	3,7%
Não lembra	52,8%

SITE DE NOTÍCIAS LOCAL	
TNOline	46,5%
G1	14,5%
38 news	14,3%
RTV	0,5%
Outros	2,0%
Não lembra	22,2%

a tecnologia oferece aliada a uma equipe de colaboradores de alta qualidade.



1º LUGAR EM APUCARANA

JORNAL 38

CANAL 38

TOP DE MARCAS APUCARANA



Tecnologia e inovação no ensino

Em 2022, ano em que foram retomadas as aulas presenciais, as instituições viveram o desafio de se readaptarem ao ensino dentro da sala de aula tradicional após, praticamente, dois anos de afastamento total ou parcial imposto pela Covid-19. Nesse período, os alunos receberam o conteúdo em diferentes formatos, mesclando o uso da apostila tradicional com aulas online e encontros presenciais, mas com número reduzido de colegas em sala, para respeitar as normas de distanciamento social. Levaram vantagem as instituições que já investiam em ensino a distância, bem como, as que reagiram rápido à nova situação e souberam lidar com as diferentes realidades dos estudantes e colaboradores.

Colégio Particular

Na década de 1970, padres josefinos chegaram à região de Apucarana e, desde então, colaboram para o desenvolvimento de todo o Vale do Ivai. A educação, sem a qual não há crescimento sustentável de uma comunidade, é uma de suas principais contribuições. Em Apucarana, instalou-se uma das oito unidades educacionais da Rede Oblatos de São José, que existe há mais de 100 anos no Brasil. Com força ativa na formação de tantas gerações, carisma, atendimento humanizado e excelência pedagógica, não é à toa que a marca seja tão querida pelos apucarananenses e vencedora no seu segmento. “É resultado de um trabalho realizado por muitas pessoas ao longo da história”, define Tiago Luís de Almeida, gestor da unidade apucaranesa. “Nosso objetivo é sempre crescer e melhorar o padrão de qualidade”, complementa.

Escola Profissionalizante

Pode-se ter uma ideia da importância do trabalho do Senai em Apucarana pela quantidade de alunos formados: 50 mil. O número compreende desde a sua fundação, em 1985. Não é por acaso a presença significativa da instituição na lembrança das pessoas. “O prêmio representa que a missão da instituição está sendo alcançada, assim como o investimento, tanto na unidade, quanto nos professores e técnicos, e a oferta de cursos e serviços está alinhada às necessidades das indústrias da região”, afirma Rafael Gonçalves, gerente regional de Vendas do Sistema Fiep. Entre as realizações recentes, o Sistema Fiep formou parceria com a prefeitura de

COLÉGIO PARTICULAR	
São José	37,3
Platão	28,3%
Nossa Senhora da Glória	10,0%
Mater Dei	7,8%
Colégio Cobra	3,5%
Outros	8,7%
Não lembra	4,4%

ESCOLA PROFISSIONALIZANTE	
SENAI	29,0%
SESI	18,8%
SENAC	15,5%
CEBRAC	7,8%
SESC	2,5%
Outros	10,3%
Não lembra	16,1%



ENSINO A DISTÂNCIA

UniCesumar	36,3%
Unopar	15,0%
Fap - Faculdade de Apucarana	10,3%
Faculdade do Norte Novo	4,8%
UNINGÁ	3,3%
Outros	10,0%
Não lembra	20,3%

FACULDADE/ENSINO SUPERIOR

UTFPR	36,0%
UNESPAR / FECEA	31,3%
FAP	17,8%
Universidade Unopar	4,5%
UniCesumar	1,3%
Outros	2,3%
Não lembra	6,8%

Apucarana, o que possibilitou 250 cotas a custo zero para indústrias associadas aos sindicatos patronais de Apucarana para o Brasil Mais.

Ensino a Distância

Estar no seletor grupo de marcas vencedoras do Top de Marcas 2022 é uma honra e representa um importante reconhecimento “por todo investimento e preocupação em oferecer o melhor ensino e a melhor experiência para alunos, colaboradores e parceiros”, descreve James Marmo Rozan Prestes, diretor executivo de Polos e Expansão da Unicesumar. Segundo ele, a instituição está presente na memória do apucaranesse pois, além de ser uma das melhores e maiores instituições de ensino do Brasil, também investe e participa ativamente de ações locais. Recentemente, a instituição participou de uma das maiores fusões do setor educacional e, agora, integra a Vitru Educação, grupo líder em ensino a distância no Brasil, consolidando sua posição entre as melhores instituições de ensino do país. “Nosso planejamento está muito relacionado ao nosso propósito, que é continuar realizando sonhos e transformando vidas a partir da educação”, afirma Prestes.

Ensino Superior

O Campus de Apucarana da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) foi a mais lembrada no segmento. Com a missão de desenvolver a educação tecnológica de excelência, construir e compartilhar o conhecimento voltado à solução dos reais desafios da sociedade, a unidade educacional iniciou suas atividades no município de Apucarana em 10 de janeiro de 2007, com a chegada dos primeiros docentes e técnico-administrativos. Desde então, sua atuação em prol do desenvolvimento regional e nacional sustentável vem sendo reconhecida, tendo a ética, a tecnologia, o humanismo, o empreendedorismo, a inovação e a excelência que estão entre os seus principais valores.





Mercado sustentável fortalece investimentos

Se em outros setores o discurso sobre o crescimento ainda é tímido, no mercado imobiliário fala-se mais abertamente em “otimismo”, mesmo com a inflação e com a alta da Selic. Ainda que mais devagar, espera-se que a alta registrada no ano passado continue em 2022, devido à solidez desse tipo de investimento, com ativos consolidados, que garantem mais estabilidade mesmo em tempos de crise. Atenção à sustentabilidade, ambientes maiores (tendência após a pandemia), áreas destinadas ao trabalho (sobretudo em condomínio, devido ao home office) e, claro, imersão nas experiências virtuais (como a tour virtual) são ótimas pedidas para as marcas que desejam permanecer na mente dos clientes.

Construtora

Fundada em 1972 pelo economista Osvaldo Zacaria, a Construtora Zacarias é uma empresa familiar estruturada de forma altamente profissional, por meio de sofisticadas práticas empresariais. Ao longo do tempo, desenvolveu soluções específicas e estratégicas para o setor de desenvolvimento urbano, tendo como resultado vários empreendimentos bem-sucedidos. A marca tornou-se símbolo de solidez, credibilidade, transparência e respeito ao cliente, à sociedade e ao meio ambiente. A construtora participa hoje de projetos em vários estados brasileiros como Paraná, São Paulo, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Tocantins.

Imobiliária

“Esse prêmio é resultado de 40 anos de um trabalho, que teve início com o nosso pai, o sócio fundador José Marcos Mareze. Ser a imobiliária mais lembrada também significa que os imóveis dos nossos clientes, seja para venda ou locação, terão a maior visibilidade do mercado”, destaca Luiz Otávio Mareze, diretor da empresa. Para o também diretor da J.Mareze, João Eduardo Mareze, a melhor forma de fixar a marca é prestar um serviço de excelência e

CONSTRUTORA	
Zacarias	11,0%
A.Yoshii	8,5%
J. Mareze	7,0%
MRV	5,3%
Construtora Hirose	5,3%
Outros	20,3%
Não lembra	42,6%

IMOBILIÁRIA	
J. Mareze	35,0%
Joharc	8,3%
J. Mareze Ceriani	7,3%
Ceriani Craveiro	7,0%
Bertholi	6,3%
Outros	16,5%
Não lembra	19,6%



MATERIAL DE CONSTRUÇÃO	
Bovo Acabamentos	20,3%
Comacal	16,5%
Comercial Ivaiporã	8,5%
Casa Nunes	6,0%
Todimo	5,5%
Outros	22,8%
Não lembra	20,4%

estar sempre à frente. “Além de estarmos entre as imobiliárias com mais tempo de atuação na cidade, seguramente somos uma das que mais inova e se reinventa”, garante.

Loja de Material de Construção

Gratidão. É com essa palavra que Luiz Antônio Bovo, sócio proprietário da empresa, que leva o seu nome, descreve a sensação de ser lembrado pela população como uma das principais marcas de Apucarana. A Bovo Acabamentos conta com 36 colaboradores diretos, engajados em valorizar os clientes, oferecendo mercadorias de qualidade a preços justos e atendimento

personalizado. “Estamos em constante busca por novidades e o nosso maior foco é fazer com que o sonho do nosso cliente saia do papel como ele imagina, e de acordo com o orçamento disponível”, descreve Luiz Antônio. Ao longo dos 19 anos de mercado, a Bovo manteve-se em constante processo de modernização e ampliação de sua estrutura. “Somos uma empresa que tem o cliente como foco. Ele não é só número de cota no final do mês, é uma pessoa, com nome, sobrenome e com um sonho a ser realizado”, afirmou.






OBRIGADO, APUCARANA, PELO RECONHECIMENTO.



CRECI J7565



43 3201-5422 [j.mareze](https://www.j.mareze.com.br)

[jmareze.com.br](https://www.jmareze.com.br) Rua Osório Ribas de Paula, 422

Fazer
50 anos
é memorável.

Mas receber mais uma vez o **Top de Marcas**, nos lembra que esses **50 anos** foram construídos contribuindo para o crescimento da cidade, de forma ética e responsável.

Temos um carinho especial por essa cidade que chamamos de nossa. Obrigada a todos que reconheceram o nosso comprometimento.



Bem-estar com transparência e inovação

A visibilidade que uma marca conquista na mente do seu público está diretamente relacionada com a solução apresentada aos problemas do dia a dia. E quando o assunto é saúde, impossível não mencionar a pandemia de covid-19, que mudou – e ainda muda – os processos de relacionamento com os clientes. Especialistas afirmam

que empresas e setores inteiros terão que se adaptar constantemente para preservar a saúde pública e atender às novas necessidades dos pacientes através de sistemas sustentáveis e eficazes em todo mundo. Nisso estão incluídos transformação digital, sustentabilidade, equidade, saúde unificada e maior atenção à saúde mental, conforme constam nas tendências presentes no relatório IDEAS LLYC, divulgado no início deste ano. Quem saiu na frente já está colhendo os frutos, proporcionando mais bem-estar aos clientes.

Academia de Ginástica

Focada nos resultados dos clientes, a FIT possui estrutura completa para prática de atividades físicas, visando emagrecimento, ganho de massa muscular, condicionamento, recuperação de lesões, preparação para concursos e qualidade de vida. Musculação, Fitness e Funcional estão entre as modalidades disponíveis. Enquanto marca, a FIT apoia, patrocina e incentiva toda forma de atividade física, considerando que qualquer prática esportiva traz benefícios para a sociedade. Para a empresa, a academia contribui com a saúde da população, oferecendo opção prazerosa de atividade física, através de estrutura e qualidade técnica diferenciadas e de

profissionais dedicados e apaixonados pelo que fazem.

Farmácia

Em um setor dos mais concorridos, a Farmácia Saúde permanece a mais lembrada pelo consumidor. “Isso nos motiva cada vez mais a inovar nossos serviços”, define o relações públicas, Dener Christian Alves. Com 33 anos de atuação no município, a marca Saúde aposta em tecnologia para garantir cada vez mais eficácia no relacionamento com os clientes, atendendo-os diretamente no PDV de vendas, redes sociais, site, aplicativos diversos, mas sem deixar de lado o atendimento direto em eventos

promovidos pela empresa. A farmácia ampliou sua Central de Atendimento via telefone e WhatsApp e conta com Disk Saúde 24 horas, com entregas inclusive na madrugada.

Farmácia de Manipulação

Saúde também foi a marca de farmácia de manipulação mais lembrada pelo apucararense. O segmento – que produz

ACADEMIA DE GINÁSTICA	
FIT	14,8%
SuperAção	12,5%
Mega Fitness	11,3%
Vulcano Cross Training	5,0%
Marchi	4,8%
Outros	31,3%
Não lembra	20,3%

FARMÁCIA	
Saúde	30,0%
São João	18,8%
Droga Raia	18,5%
Nissei	13,5%
São José	5,3%
Outros	11,8%
Não Lembra	2,1%

FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO	
Saúde	17,5%
Boticantiga	11,3%
Calêndula	8,3%
Londrifórmulas	7,8%
Mil Folhas	7,5%
Outros	14,8%
Não lembra	32,8%



medicamentos e cosméticos personalizados – vem apresentando grande expansão nos últimos anos. No Top de Marcas 2022, a Farmácia Saúde obteve 17,5% de citação e é a mais lembrada quando o consumidor pensa no segmento. “Estamos investindo cada vez mais em mídias sociais, capacitação e treinamentos para nossa equipe, participação em eventos voltados ao público apucaranaense e em parcerias com profissionais da área de saúde”, afirma o relações públicas, Dener Christian Alves.

Laboratório Médico

Atendendo Apucarana desde 2001, o Laboratório São Marcos é o top 2022 no segmento laboratório médico. A vitória é resultado dos investimentos em estrutura de atendimento, qualidade dos serviços, aprimoramento tecnológico e publicidade. “Nossos esforços em prestar serviços de excelência gravou nossa marca na memória do consumidor. Nunca dizemos “não” aos nossos clientes. Sempre nos empenhamos em resolvermos problemas trazendo soluções”, explica o diretor administrativo, Danilo Bueno. A recente pandemia trouxe mais conscientização sobre exames laboratoriais. “Hoje todos sabem que

PCR é referência para diagnosticar doenças infecciosas. Nosso objetivo é tornar o exame mais frequente, proporcionando mais eficiência no diagnóstico não apenas de covid, mas de outras doenças infecciosas”, antecipa.

Plano de Saúde

Três décadas de ação focada na qualidade dos serviços resultaram em importantes conquistas. Uma delas é ter presença cativa na memória dos clientes quando o assunto é saúde. O trabalho da Unimed Apucarana é de tal forma reconhecido pela comunidade que a marca foi lembrada por nada menos que 65,3% dos entrevistados. “Ter a Unimed Apucarana entre as vencedoras da pesquisa Top de Marcas é um indicativo de que nosso trabalho, na entrega de um serviço de saúde de qualidade que atenda às necessidades dos nossos clientes, está na direção certa, assim como nossos esforços de comunicação e relacionamento”, define o diretor-presidente Ribamar Leonildo Maroneze. A cooperativa apoia entidades e ações relacionadas à manutenção do bem-estar e da qualidade de vida das pessoas.

LABORATÓRIO MÉDICO

São Marcos	32,0%
São Francisco	22,0%
Bioclínico	8,5%
Laboratório Apucarana	5,8%
Center Lab	4,0%
Outros	2,8%
Não Lembra	24,9%

PLANO DE SAÚDE

Unimed	65,3%
Plano Prever	12,5%
Cartão de Todos	6,8%
Aliança	4,0%
AmorSaúde	1,3%
Outros	2,3%
Não lembra	7,8%



Laboratório São Marcos

RECEBAM O NOSSO MAIS SINCERO
AGRADECIMENTO E O DESEJO DE QUE
CONTINUEM CONOSCO NESSA CAMINHADA
RUMO À EXCELÊNCIA.



Criatividade e agilidade aceleram setor

O setor de serviços é um dos principais responsáveis pelas projeções de alta no PIB deste ano, conforme a Secretaria de Política Econômica do Ministério da Economia (SPE/ME). Com o crescimento de 1,7% do mês de março, segundo o IBGE, o setor recupera a perda de 1,8% do mês de janeiro e chega ao maior nível desde 2015. Mas ainda que os números mostrem uma tendência à normalidade em escala nacional, o mercado pós-isolamento ressurgiu mudado e exige, segundo especialistas, um marketing ainda mais criativo, ágil e caloroso, aliando a confiança com a inovação tecnológica, sempre em movimento. Isso exigirá mudanças internas e externas, algo que as empresas apucaranaenses, vencedores do Top de Marcas, já iniciaram e não poderão parar para permanecerem no topo.

Autoescola

A Autoescola Guarany foi a mais lembrada em seu segmento com 36,3% das citações. Há mais de 40 anos no mercado apucaranaense, a empresa reúne tradição, experiência e qualidade para oferecer a melhor formação em seu curso de 1ª habilitação, categorias profissionais e inclusão de categoria, conquistando o respeito e a confiança de alunos exigentes. Isso porque a escola não visa apenas a formação técnica dos estudantes, mas também de responsabilidade e segurança. Com veículos novos, centro de treinamento, pagamento facilitado e habilitação para deficientes físicos, a Autoescola Guarany está focada na qualificação dos instrutores para oferecer o melhor serviço e garantir a presença da marca na mente da comunidade.

Instituição Financeira Cooperativa

Estar entre as marcas mais lembradas de Apucarana é consequência da “força da cooperação”, da valorização do relacionamento com os associados – mais de 5,6 milhões no país – e da capacidade em oferecer soluções financeiras. Assim o presidente do Sicredi Agroempresarial PR/SP, Agnaldo Esteves, define o que representa a presença da cooperativa entre os vencedores da Pesquisa Top de Marcas 2022. “Geramos resultado e, assim, contribuimos para a melhoria da qualidade de vida, não só dos associados, mas de toda a comunidade local”, contextualiza Esteves. Em Apucarana, a novidade será a implementação do programa Cooperativas Escolares. Além

disso, o Fundo Social do Sicredi ajuda mais de 100 entidades filantrópicas da região, com mais de R\$ 800 mil já distribuídos, além de outros programas educacionais, de voluntariado e de formação de lideranças. “O nosso propósito é construir, juntos, uma sociedade mais próspera”, sintetiza Esteves.

Corretora de Seguros

Investimentos em propaganda física e principalmente nas redes sociais foram a principal estratégia da H9 Seguros, a corretora mais lembrada pelos apucaranaenses. A empresa vem apostando em outdoors, televisão, repaginação do site e engajando o público nas redes sociais. O segredo para se manter no coração dos clientes, segundo o sócio proprietário Itamar Ribeiro Guimarães, é seguir as indicações dos próprios clientes. “Prezamos pelo bom atendimento em resolver os problemas, pois quando eles acontecem é quando o segurado está mais vulnerável e mais precisa de auxílio. Oferecemos produtos que realmente atendam às necessidades, com benefícios e qualidade”, destacou.

Gráfica

Com 19%, AGráfica foi a mais lembrada no seu segmento. A marca se destaca pela agilidade e pela qualidade dos seus produtos e serviços, como cartões de visita, flyers, folders, banners, lonas, rótulos, adesivos, agendas, blocos de notas,

AUTOESCOLA

Guarany	36,3%
Apucarana	13,8%
Real VIP	13,3%
Vitaltran	7,5%
Bom Jesus	7,3%
Outros	5,8%
Não lembra	16,0%

INSTITUIÇÃO FINANCEIRA COOPERATIVA

Sicredi	22,0%
Banco do Brasil	16,5%
Bradesco	15,5%
Caixa	12,0%
Itaú	11,5%
Outros	20,0%
Não lembra	2,5%

convites para casamento, festa de 15 anos e aniversários em geral, além de outros produtos impressos. Tudo produzido com tecnologia de última geração, em constante processo de inovação. “Os padrões de excelência em qualidade tornam nossa marca forte no mercado”, afirmou Aldivino Marques da Cruz Neto, proprietário.



O NOSSO COMPROMISSO É COM VOCÊ!

*agradecemos a confiança
em nosso trabalho.*



CORRETORA DE SEGUROS

H9 Seguros	10,5%
Porto Seguro	9,0%
Itaú Seguros	7,5%
Benefícia	3,8%
Marcos Perez	2,5%
Outros	13,8%
Não lembra	52,9%

GRÁFICA

AGráfica	19,0%
CopiArt	8,3%
Nikei Copiadora	8,3%
Gráfica Callegari	4,8%
Margráfica	4,3%
Outros	9,7%
Não lembra	45,6%

Monitoramento eletrônico

Com 26 anos de mercado, a Inviolável mantém a liderança no segmento na memória do consumidor. “Estamos cumprindo nossa missão de garantir a segurança e a tranquilidade dos clientes, mesmo em tempos conturbados. Os investimentos são constantes em inovação, renovação e ampliação da frota, bem como, na equipe, que cresce em número e em capacitação”, afirmou Juliano Rosa Da Silva, proprietário. A empresa conta com 30 profissionais treinados nas melhores e mais inovadoras técnicas de segurança privada. Recentemente, a Inviolável agregou a Dettector Solar ao grupo empresarial, garantindo mais segurança aos clientes na instalação de energia fotovoltaica.

Pet Shop

Há 19 anos no mercado, a Mi-Au Pet Shop é novamente a marca que primeiro vem à lembrança do apucararense quando pensa em Pet Shop, pelo 12º ano consecutivo. “Recebemos esse reconhecimento com muita alegria e satisfação. Sempre investimos em

MONITORAMENTO ELETRÔNICO

Inviolável	13,8%
Grupo DZ Segurança	11,5%
Alarmes Anjo System	3,5%
Alarm Force	2,0%
Águia	1,0%
Outros	5,0%
Não lembra	63,2%

PET SHOP

Mi-Au	18,0%
Dr. Cão	5,5%
AgroPet	4,5%
Casa do Criador	4,3%
Clínica Drª Vera	3,0%
Outros	17,0%
Não lembra	47,7%



**Simple,
prático e
ativo.**

**Juntos
somos
Top**



*Este prêmio nos enche de orgulho,
pois sabemos que é o reflexo da força
de fazermos juntos por nossa
Apucarana.*

*Obrigado associado(a), por
fazer a diferença com a gente!*



TRANSPORTADORA

Trans Apucarana	30,8%
Excellence Transportes	11,3%
Correios	10,3%
Viação Garcia	8,5%
JadLog	4,8%
Outros	12,0%
Não Lembra	22,3%

VIDRAÇARIA

Cristal	15,8%
Moreira Vidros	11,5%
Vidrogel	10,5%
Arte & Vidro	2,0%
Vidraçaria Multividros	2,0%
Outros	6,5%
Não lembra	51,7%

comunicação para estarmos mais perto do nosso cliente”, afirma a proprietária da Mi-Au PetShop, a veterinária Raquel Scaff. O PetShop oferece, além de banho e tosa, rações, acessórios, petiscos, produtos de higiene, farmácia completa e atendimento veterinário. “O nosso diferencial está no atendimento, na qualidade dos serviços e na prática de preços justos”, ressaltou.

Transportadora

Há 26 anos no mercado apucaranaense e nada menos do que 450 colaboradores, a Trans Apucarana é a mais lembrada pelo apucaranaense no segmento. A empresa é reconhecida pela qualidade dos serviços, agilidade na entrega, segurança e cuidado com as mercadorias transportadas. Tudo isso, aliado ao estratégico trabalho de comunicação, incluindo divulgação dos serviços em mídias sociais como Instagram, Facebook, rádio e televisão. “Vamos continuar visando sempre a qualidade dos nossos serviços e a proximidade com os nossos clientes”, afirma o diretor-proprietário da empresa, Luís Bertoli.

Vidraçaria

Qual a receita para satisfazer os clientes e permanecer na memória? No caso da Vidraçaria Cristal é unir qualidade, rapidez e bom atendimento. A marca foi a mais citada pelo apucaranaense no segmento. “O prêmio representa o reconhecimento da excelência dos serviços prestados pela nossa empresa”, afirma o proprietário Rodrigo Rosa da Silva. Segundo ele, o relacionamento com os clientes através das novas mídias e das tradicionais, aliado aos investimentos na infraestrutura, agregam no posicionamento da marca no mercado. “Reformamos a fachada e vamos investir em mudanças internas para trazer mais conforto no atendimento”, conta Rodrigo.



Obrigado Apucarana!

H9 CORRETORA DE SEGUROS

Arábido Caldeira
Guilherme A. Silva
Bianca R. Guimarães
Marcos Túlio de
Nelson Benelli
Nelson Tabemosa
Valter Fortin

3423-0099
www.h9seguros.com.br

HDI

A corretora mais lembrada pelos apucaranaenses!

H9 CORRETORA DE SEGUROS

@h9seguros facebook.com/h9seguros

(43) 99109-4692 (43) 3423-0099 Rua Des. Clotário Portugal, 1250

TOP DE MARCAS APUCARANA

OBRIGADO, APUCARANA!

A GRÁFICA

1º LUGAR

TOP DE MARCAS APUCARANA

A MELHOR IMPRESSÃO!

A INVOLÁVEL CUIDA DO SEU PATRIMÔNIO ATÉ QUANDO VOCÊ NÃO PERCEBE.

INVOLÁVEL

1º LUGAR

TOP DE MARCAS APUCARANA

@seguramio

Em ritmo de retomada, setor acelera crescimento

Levantamento da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) mostrou que o turismo foi o setor mais afetado durante a crise sanitária no Brasil. De acordo com a entidade, os gastos de turistas no país caíram 49% em 2020. De R\$ 6 bilhões em 2019, o montante diminuiu para R\$ 3 bilhões em 2020. O Ministério do Turismo informou que o Brasil recebe, anualmente, mais de 6 milhões de turistas estrangeiros e que, em 2020, como reflexo da pandemia, as chegadas de turistas internacionais caiu 66%. Com o arrefecimento da pandemia, o setor começa a se recuperar, tanto no setor de eventos quanto de viagens, nacionais e internacionais.



Agência de Turismo

Em 2022, a CVC alcança a marca simbólica de 50 anos de atuação no mercado, meio século de constantes ampliações, investimentos em marketing, redes sociais, merchandising e em TV. Para manter-se na memória do apucararense, a marca aposta em atendimento de qualidade, oferecendo consultoria, dicas e as melhores opções disponíveis no mercado. “Nossa meta é continuar investindo nas redes sociais, respondendo rapidamente e com eficiência os pedidos dos nossos clientes, incentivar os programas de treinamento em qualidade de atendimento e produtos dos nossos consultores”, informa a gerente local, Triny Obregón Galeano.

Clube de Lazer

À frente do Clube de Campo Água Azul, está uma família que trabalha há 39 anos ininterruptos e que descobriu o caminho dos resultados: atenção à satisfação dos clientes. As redes sociais são o principal canal de comunicação com o público, mas a empresa ainda utiliza meios tradicionais como jornal, rádio e até correspondência. “Nossos associados sempre comentam com familiares e amigos sobre as vantagens de frequentar o clube e de locar nossos salões para eventos”, afirma o diretor Márcio Luís Ferragina. Acompanhar a evolução tecnológica é uma das estratégias que a empresa aposta para aumentar a sua visibilidade no mercado.

Hotel

Localizado em frente ao principal cartão-postal de Apucarana, a Catedral Nossa Senhora de Lourdes, o Hotel Doral vem inovando o conceito de hotelaria na cidade. O empreendimento oferece serviços de hospedagem unindo conforto, economia, praticidade e qualidade, sempre com foco na satisfação do cliente. Além disso, o Hotel Doral disponibiliza um espaço dinâmico promovendo a agilidade e a facilidade de hospedagem e da realização de eventos. Entre os principais atrativos estão recepção 24 horas, lavanderia room service, internet, sala de eventos e café da manhã incluso na diária.

AGÊNCIA DE TURISMO

CVC	45,5%
ETEC Turismo	4,3%
VMM (Mirão)	4,0%
Paloma	3,8%
Valentin Turismo	2,5%
Outros	5,8%
Não lembra	31,1%

CLUBE DE LAZER

Água Azul	38,3%
Country Club	27,3%
Clube 28 de Janeiro	8,5%
Ody Park	2,0%
AMEVI	1,5%
Outros	5,8%
Não lembra	16,6%

HOTEL

Hotel Doral	33,5%
Matrix Hotel	23,5%
Apucarana Palace	10,3%
Royal Plaza	6,0%
Crystal Palace	3,0%
Outros	3,7%
Não lembra	20,0%

Tecnologia com atendimento humanizado é desafio do setor

O varejo em todo o mundo está em meio a uma revolução para acompanhar as mudanças e continuar relevante no mercado. Além do constante aprimoramento às novas mídias digitais – o e-commerce cresceu 244% em confecções durante as fases mais restritivas da pandemia no Brasil –, o contato direto com os clientes tem feito ainda mais diferença: pesquisa da Adyen

publicada no Relatório Varejo 2022 mostrou que 70% dos consumidores não voltarão a comprar de uma marca após um atendimento insatisfatório. Por isso, o grande desafio é conciliar a tecnologia com o atendimento humanizado.

Colchão

No ano que completa seis décadas de existência, a marca Castor tem um motivo a mais para comemorar: com 38,5%, foi a mais lembrada da cidade no segmento colchão. A empresa, com indústria localizada em Ourinhos/SP, possui 1.200 funcionários. “Estar presente, mais um ano, entre os vencedores do prêmio Top de Marcas Apucarana, é de grande importância e notoriedade. São 60 anos de tradição,

sempre evoluindo para oferecer aos clientes qualidade e inovação”, afirma Hélio Antônio Silva, CEO do Grupo Castor. Para manter a visibilidade e a liderança no segmento, a marca produz constantes estudos na área do sono, agregando tecnologia e a inovação aos seus produtos. “Sempre acompanhamos as tendências mundiais e buscamos entregar aos nossos clientes um produto que ofereça um sono reparador”, afirma.

Fábrica de Bonés

Comprometimento, pontualidade, atualização, ampliação e o foco na qualidade dos produtos. Valores construídos ao longo de 32 anos e que tornaram a Bonelli Bonés sinônimo de tradição em um setor reconhecidamente apucaranaense. A marca foi lembrada por 7,5% dos entrevistados no segmento

COLCHÃO	
Colchões Castor	38,5%
Ortobo	19,3%
Gazin Colchões	8,0%
Colchões Confort Flex	3,8%
King Konfort Colchões	2,8%
Anjos Colchões	2,8%
Outros	2,3%
Não lembra	22,5%

FÁBRICA DE BONÉS	
Bonelli Bonés	7,5%
Itália Milano Bonés	6,8%
Cris Bonés	5,8%
Boneon	4,0%
Boneleska Bonés	3,8%
Outros	23,0%
Não lembra	49,1%

Bonelli®

É com muita gratidão, que agradecemos nossos colaboradores, clientes e amigos pela conquista desse Prêmio.

Instagram [bonellibones](#)

Telefone (43) 34201900

Facebook [Bonelli Bonés](#)

Av. Curitiba 395 - Barra Funda

Fábrica de Bonés. “Temos certificado de qualificação ABVETEX, atendimento rápido e ágil, matéria prima de boa qualidade, modelagens exclusivas, além de equipe específica para desenvolvimentos e pilotagens”, afirma João Begalli Neto, proprietário e administrador da empresa que, hoje, conta com 90 colaboradores.

Floricultura

Vejo flores em você! É mais ou menos isso que acontece com os apucaranaenses quando pensam na Floricultura Flor & Arte. A floricultura, mais uma vez, se consagra como a mais lembrada da cidade. No mercado há 28, a Flor & Arte tem inovado no atendimento digital sem se esquecer do bom relacionamento com os clientes nas diferentes plataformas, além da variedade de opções para presentear, que vão das tradicionais rosas e orquídeas às cestas exclusivas e chocolates gourmet. “O reconhecimento é resultado do trabalho sério, comprometido e de qualidade, prestado por toda a equipe da Flor & Arte. Procuramos inovar com serviços digitais, mas sem perder a sutileza e o carinho com nossos clientes e colaboradores”, afirma Aída

Santos Assunção, proprietária.

Loja de Brinquedos

Há mais de 17 anos no mercado apucaranaense, a Carrossel oferece a maior variedade de brinquedos da cidade. A marca foi novamente a mais lembrada no segmento. São inúmeras marcas oferecidas aos clientes, com oportunidades para todos os tipos de presentes, além de constantes promoções. “Nosso objetivo é preencher o universo infantil de magia e sonhos, e o nosso atendimento reflete o carinho e compromisso em oferecer as melhores opções de presentes para crianças de várias idades”, destacam os proprietários. A Carrossel está há 19 anos no mercado, localizada na região central de Apucarana.

Loja de Calçados

O setor calçadista brasileiro deve crescer entre 1,8% e 2,7% em 2022, segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados). Em Apucarana, a loja mais lembrada pelo consumidor no segmento é a tradicional Karlos Calçados, com mais de três décadas de mercado. Localizada em

FLORICULTURA

Flor e Arte	34,3%
Floricultura Channel	17,5%
Primavera	3,8%
Azaléia Flores	3,0%
Estação das Flores	1,0%
Acácia Floricultura	1,0%
Outros	3,3%
Não lembra	36,1%

LOJA DE BRINQUEDOS

Carrossel Brinquedos	28,5%
Giga	17,0%
Tapete Mágico	11,8%
Lojas Americanas	7,8%
Loja da Banana	3,5%
Outros	10,0%
Não lembra	21,4%

Obrigado Apucarana por reconhecer nosso trabalho!

Somos a floricultura mais lembrada pela décima terceira vez consecutiva.

Floricultura Flor & Arte

floriculturaflorearte.com

R. Ponta Grossa, 1242
Centro, Apucarana

1º LUGAR
TOP DE MARCAS APUCARANA

LOJA DE CALÇADOS

Karlos Calçados	22,0%
Serallê Calçados	14,5%
Aracalce	7,0%
Edu Calçados	5,5%
Hard Skate Shop	4,5%
Outros	34,3%
Não lembra	12,2%

LOJA DE ESPORTE

Esportes Camisa 10	43,5%
Sport Center	14,0%
GRG Sport	8,0%
Cenaturro	4,8%
Hard Skate Shop	3,3%
Outros	6,5%
Não lembra	19,9%

uma das equinas mais movimentadas de Apucarana, a marca agrega o diferencial de estar sempre atendida com as tendências do setor nas opções de calçados masculinos, femininos e infantis, e bolsas para várias idades e ocasiões.

Loja de Esporte

Há mais de 30 anos no segmento de artigos esportivos, a loja Esportes Camisa 10 credita o sucesso da marca à tradição e à confiabilidade, atributos conquistados junto do público apucaranaense ao longo do tempo. Segundo a proprietária da empresa, Nilsa Christ, o investimento da empresa em capacitação e atendimento é constante. O relacionamento com o mercado também é realizado por meio das mídias sociais e patrocínios a eventos esportivos como campeonatos de futebol de campo, futsal masculino, futsal feminino, vôlei e handebol.

Loja de Informática

Após 15 anos de mercado, a iHard Informática – especializada em

LOJA DE INFORMÁTICA

iHard	24,3%
Max Informática	5,5%
Kairos Informática	2,3%
CCI Informática	1,8%
JL Informática	1,8%
Outros	9,0%
Não lembra	55,3%

atendimento, assistência técnica e revenda de produtos eletrônicos das maiores marcas de tecnologia do mundo – colhe os frutos de ter se readaptado no momento certo diante da pandemia. A empresa se reinventou, apostou no atendimento técnico remoto e no fortalecimento da comunicação através das mídias digitais. “Foi uma grande mudança. Fizemos de tudo para atender o nosso cliente de lado e hoje estamos voltando à normalidade e sentindo que o mercado da tecnologia está mais aquecido”, revela Fernando Martinez de Freitas Júnior, responsável pela empresa. “Não medimos



Dedicamos esse Top de Marcas a todos nossos clientes. Que fizeram da ihard a melhor loja de informática de Apucarana.



Nossos clientes são os maiores e melhores prêmios.

Obrigado, Apucarana!

ESPORTES CAMISA 10

PIMPOLHO

20 anos de História

São muitos motivos para comemorar e agradecer. Nosso muito obrigado!

43 3425.3080 - R. Osvaldo Cruz, 658 B Centro - Apucarana

LOJA DE ROUPA FEMININA

Jolly	13,8%
Bonny Boutique	13,0%
B1	9,3%
For Boys For Girls	6,8%
Pernambucanas	5,8%
Outros	34,3%
Não lembra	17,0%

LOJA DE ROUPA INFANTIL

Pimpolho	20,3%
Loja João e Maria	7,8%
Bebê Chic	5,3%
O Doidão	5,0%
Bambolê	4,5%
Carinha de Anjo	4,5%
Outros	21,0%
Não lembra	31,6%

esforços para manter uma boa qualidade de atendimento, com o nosso cliente sempre em primeiro lugar”, afirmou.

Loja de Roupas Feminina

Localizada no Shopping Centro Norte, a Jolly é a marca mais lembrada pelo consumidor quando ele pensa em uma loja de roupa feminina. As belas vitrines são o ponto alto da marca que refletem as coleções sintonizadas com as tendências mundiais. Com forte presença nas redes sociais, a Jolly traz para o mercado o que há de mais atual no mundo da confecção, e com preços acessíveis, segundo a empresa. A marca faz parte de um grupo que está presente em Apucarana desde 1989.

Loja de Roupas Infantil

Em 2022, a Pimpolho completa 20 anos de história em Apucarana, e é a mais lembrada há 14 anos consecutivos, desde o início da pesquisa Top de Marcas. “Contamos com uma identidade visual

atrativa, presença marcante nas redes sociais e relacionamento próximo aos clientes. Fazemos o possível para atender às necessidades de todos, tanto ao que se refere aos produtos quanto às formas de pagamento”, salienta Maria Elena Ceranto Faria, proprietária. No último ano, a empresa ampliou a seção bebês. “Temos uma equipe comprometida e dedicada em sempre realizar o melhor atendimento”, afirmou.

Loja de Roupas Masculina

A Bonny Sport Wear foi a loja de roupa masculina mais lembrada pelos apucaranaenses em 2022. A marca está há 18 anos no mercado e possui forte presença nas redes sociais, oferecendo looks atrativos para homens de todas as idades, entre eles estilos apropriados para passeio, trabalho ou eventos, em trajes modernos e arrojados, que garantam conforto e personalidade. Segundo os administradores, a velocidade da mudança da moda é sempre um desafio para o setor, trazendo um consumidor cada vez mais exigente. “Bom atendimento e atenção aos detalhes é o que faz a diferença”, afirmaram.

ÓTICAS
DINIZ
Londrina e Região

OBRIGADO PELA PREFERÊNCIA!



Carrossel
BRINQUEDOS

1º LUGAR NO TOP DE MARCAS

ESTAMOS TÃO FELIZES QUANTO UMA CRIANÇA QUE GANHA DE PRESENTE UM BRINQUEDO

TOP DE MARCAS APUCARANA

V carrosselapucarana B Carrossel Apucarana

mi-au
PETSHOP

Então, pessoal,
Todos concordam
que é o Mi-Au?

TOP DE MARCAS APUCARANA

Pelo 12º ano, a marca mais querida pelo público mais exigente.



LOJA DE ROUPA MASCULINA

Bonny Sport Wear	14,0%
B1	9,8%
For Boys For Girls	8,8%
Cartola Men Store	8,8%
Loja A1 Mens Wear	7,8%
Outros	39,0%
Não lembra	11,8%

ÓTICA

Óticas Diniz	29,5%
Ótica Especializada	13,5%
Caracol	10,5%
Perfil	5,0%
Iris	4,8%
Juarez Ótica	4,8%
Outros	20,3%
Não lembra	11,6%

Ótica

Produtos de qualidade, cuidado no pós-venda, relacionamento próximo com o cliente e a preocupação em promover saúde visual, e não apenas em vender óculos. Essas são as chaves do sucesso apontadas pela Ótica Diniz. Atuando há 30 anos no mercado nacional e 15 no Norte do Paraná, a maior rede de varejo óptico do país possui 100 colaboradores diretos na região, seis deles em Apucarana – o suficiente para permanecer na mente dos consumidores locais como referência em sua área de atuação. “Todos os produtos diferenciados que existem no Brasil vêm para Apucarana. Então, todos os modelos estão disponíveis na nossa loja”, afirma Alex Lombardi, responsável pelo setor de Marketing da Ótica Diniz no norte do Paraná.



Obrigado Apucarana!

Pelo 5º ano consecutivo, a Castor é a marca de colchões mais lembrada pelos apucarananenses.

Castor

1º LUGAR

TOP DE MARCAS APUCARANA



Obrigado, **Apucarana** e todo o **Vale do Ivaí** pelo reconhecimento.



Pelo **14º ano** consecutivo, fomos a marca de **Plano de Saúde** mais lembrada.

Desde 1988 oferecendo cuidado, saúde e bem-estar.

+ de 20 opções em planos de saúde para atender suas necessidades
+ de 220 hospitais credenciados na rede do estado do Paraná

Apucarana (43) 3420 8500 | Ivaiporã (43) 3472 7500



CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.



SIMULE
SEU PLANO

