

TOP REPUTAÇÃO

As marcas que ganharam a confiança dos londrinenses

TOP CORPORATIVAS

Sentimentos que despertam a lembrança do consumidor

TOP SUSTENTÁVEL

Marcas mais lembradas compartilham suas histórias

TOP DE VALOR

Especialistas elegem empresas que se destacam no relacionamento com stakeholders



REALIZAÇÃO  **CRCOM**

TOP DE MARCAS

Desde 1996

29ª EDIÇÃO
NOVEMBRO

Londrina



2024



Copyright 2024 Top de Marcas Londrina
CR-COM Comunicação. Todos os direitos reservados.

ACIL

APOIO
Associação
Comercial
de Londrina



PESQUISA
Litz
Estratégia &
Marketing

LONDRINA EM PAUTA

O audiovisual
como propulsor da
economia criativa

AS MARCAS MAIS LEMBRADAS DO ANO

Realizada em cotas, pesquisa se baseia
no perfil da população e mapeia
lembrança em 68 segmentos de mercado





Folha de Londrina

ECOSSISTEMA DE COMUNICAÇÃO E MÍDIA

**Uma plataforma autenticada por
75 anos de credibilidade que
chancela a sua identidade na
mente e corações das pessoas.**



*Muito obrigado a
nossos assinantes,
anunciantes
e leitores!*

VISIBILIDADE E REPUTAÇÃO PRECISAM ANDAR JUNTAS

No mundo corporativo a visibilidade é necessária para que os consumidores possam conhecer, se interessar e experimentar produtos e serviços. Mas conquistar visibilidade exige mais do que ter presença em mídias de massa e digitais. A atenção do consumidor está seletiva e é preciso ter histórias para contar para que as marcas despertem o interesse das pessoas em querer saber mais. É a visibilidade que estimula a experiência e abre caminho para que as marcas possam consolidar uma boa reputação a ponto de serem recomendadas. Antes de consumir, as pessoas procuram saber qual a avaliação em relação às entregas. A reputação consolidada, somada à inovação contínua e atenta às necessidades dos consumidores, é condição para que as marcas prosperem e alcancem a sustentabilidade. As empresas que já entenderam que possuem responsabilidade com as pessoas, sociedade e meio ambiente, saem na frente. É preciso realizar para contar histórias capazes de despertar empatia, respeito e apoio às iniciativas empresariais. Além de estar no topo da mente, as marcas devem alcançar o coração. Nesta edição inovamos trazendo o Top Reputação e o Top Marcas Sustentáveis, despertando o olhar aos atributos essenciais para o posicionamento das marcas no mercado.

Boa leitura.

CLÁUDIA ROMARIZ

Jornalista e Founder of Top de Marcas Londrina

- 06 Metodologia & Perfil
- 08 Londrina em pauta

- 10 Top Marcas Corporativas
- 12 Top Marca Sustentável
- 14 Top Reputação (novo)
- 16 Tops Especiais
 - 16 Top de Valor
 - 18 Top Mais
 - 19 Top Performance

- 22 As Marcas Top de 2024
 - 22 Top Alimentação
 - 28 Top Automóveis
 - 30 Top Bebidas
 - 38 Top Comunicação
 - 44 Top Construção
 - 47 Top Educação
 - 50 Top Saúde
 - 54 Top Serviços
 - 60 Top Telefonia
 - 62 Top Varejo

- 66 Top Acumulados 2022–2024

► EXPEDIENTE



TOP DE MARCAS LONDRINA 2024 É UMA PUBLICAÇÃO DA CRCOM EDITORA LTDA - AV. AYRTON SENNA, 500, SL 504, LONDRINA-PR, CEP 86010-150, FONE (43) 3322-3388 - CRCOM@CRCOM.COM.BR - CRCOM.COM.BR / **JORNALISTA RESPONSÁVEL:** CLÁUDIA ROMARIZ - DRT 2457 / **TEXTOS:** JANAINA ÁVILA / **FOTOGRAFIA:** ACERVO INTERNO, FREEPIK PREMIUM / **PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO:** BRAND & BRAND / **IMPRESSÃO:** MIDIOGRAF GRÁFICA E EDITORA / **TIRAGEM:** 10 MIL EXEMPLARES / **DISTRIBUIÇÃO:** ENCARTE FOLHA DE LONDRINA DE 22 DE NOVEMBRO DE 2024.



TOP
DE MARCAS
LONDRINA

2024



65 ANOS DE EXCELÊNCIA E MAIS UM TOP DE MARCAS!

Há 65 anos começamos a nossa história, liderada por Horácio Sabino Coimbra, e ao longo dos anos, construímos uma trajetória de sucesso, nos tornando a maior exportadora de café solúvel do Brasil. Mas este legado não construímos sozinhos. Os colaboradores que fizeram e fazem parte do time CaciQue, e que dedicam tempo e conhecimento para crescermos juntos, são os grandes protagonistas de todas as nossas conquistas.

Nos orgulhamos das relações de confiança e vínculos de longo prazo que mantemos com nossos clientes, colaboradores, parceiros globais, fornecedores e toda a sociedade.

Obrigado Londrina pelo reconhecimento no TOP TRABALHO, como a empresa que o londrinense mais deseja trabalhar.

CACIQUE

Companhia CaciQue de Café Solúvel



REALIZADA EM COTAS, PESQUISA SE BASEIA NO PERFIL DA POPULAÇÃO

Dados do IBGE que definem características demográficas mapeiam estudo sobre percepção de marcas na memória do consumidor

Com base nas características demográficas da população londrinense, a pesquisa Top de Marcas vai a campo anualmente para averiguar quais as marcas alcançaram a memória do consumidor nos muitos segmentos de mercado. O entrevistado, definido, por cotas de acordo com dados do IBGE para a cidade, responde espontaneamente à pergunta: “Qual a marca você que mais se lembra quando pensa em...?”. Há 29 anos o londrinense vem sendo questionado sobre as marcas que alcançaram a sua lembrança, de modo a mapear o sucesso das empresas na busca pela visibilidade e pela fidelidade do consumidor. Mais do que o feito de alcançar destaque na lembrança espontânea, o grande desafio das marcas é se manter na memória de modo a prolongar a retenção e obter a fixação neural, garantindo mais facilidade para despertar a atenção da audiência e atingir o retorno em vendas.

As cotas da população entrevistada são definidas pelos percentuais apontados pelo IBGE por sexo, idade, escolaridade, renda e região de moradia. As respostas são espontâneas, sem consulta. Quando uma marca alcança a liderança no seu segmento de mercado significa que mais pessoas estão propensas a se relacionarem com a empresa e a ouvirem o que estas marcas estão comunicando, rumo à construção de relacionamentos mais sólidos com o consumidor. “Os números trazidos pela pesquisa são como gatilhos para as empresas visualizarem a sua própria percepção pelo mercado consumidor. Ano a ano as empresas recebem um diagnóstico rico em informações que permite avaliar cenários com base no perfil dos moradores e compará-los com o público-alvo que se quer atingir”, aponta Cláudia Romariz, jornalista e funda-

dora do Prêmio Top de Marcas Londrina. É interessante analisar, segundo ela, os percentuais alcançados pelas marcas concorrentes nas cotas de abordagem e os percentuais de não lembrança de marca. “Não lembrança significa mentes ainda virgens na percepção de marca relacionada ao segmento, o que deve ser entendido com oportunidade de acesso às pessoas ainda não fidelizadas pela concorrência”, afirmou.

De acordo com Renato Rocha, sócio-diretor da Litz Estratégia e Marketing, realizador da pesquisa, os dados aferidos refletem o momento atual das marcas e contam muito sobre a sua trajetória no mercado e a dos seus concorrentes. “É preciso ficar atento às tendências que se desenham com os anos. É possível prever a ascensão de marcas olhando o seu crescimento e o declínio de outras, mesmo ainda estando líderes nos seus mercados. Estar na liderança hoje não significa estar em um patamar confortável e sim estar em um pódio em constante movimento na disputa pela audiência, interesse e fidelidade do consumidor. Inovar e permitir boas experiências de consumo tem tudo a ver com isso”, destacou.

A pesquisa Top de Marcas Londrina 2024 foi realizada nos meses de julho e agosto e envolveu 10 categorias de negócios e 68 segmentos de consumo, além da Categoria Top Marcas Corporativas que avaliou a relação dos londrinenses com as empresas atuantes na cidade e a Top Reputação que aferiu a recomendação de marcas pelos consumidores em 10 categorias. Ao total foram ouvidos 600 moradores da cidade nas cinco regiões – Norte, Sul, Leste, Oeste e Centro de acordo com o número de habitantes. A estratificação permite assegurar um nível de confiança de 95%. ■

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Objetivo

- ▶ CONHECER AS MARCAS MAIS LEMBRADAS PELOS LONDRINENSES EM DIFERENTES SEGMENTOS DE CONSUMO

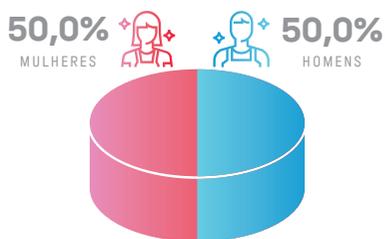
Pesquisa

- ▶ 600 QUESTIONÁRIOS APLICADOS
- ▶ ENTREVISTAS ENTRE JULHO E AGOSTO DE 2024
- ▶ NÍVEL DE CONFIANÇA DE 95%

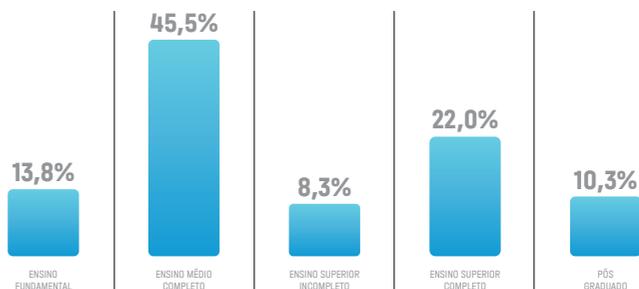
Segmentação

- ▶ SEXO
- ▶ FAIXA ETÁRIA
- ▶ ESCOLARIDADE
- ▶ RENDA FAMILIAR
- ▶ REGIÃO DE MORADIA/ TRABALHO

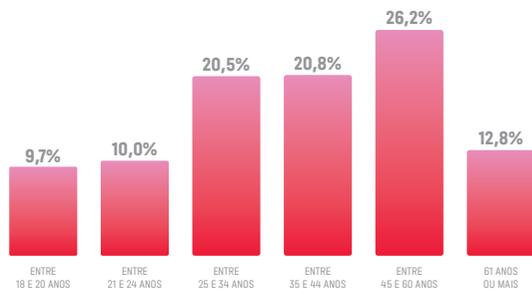
PERFIL DOS ENTREVISTADOS



ESCOLARIDADE

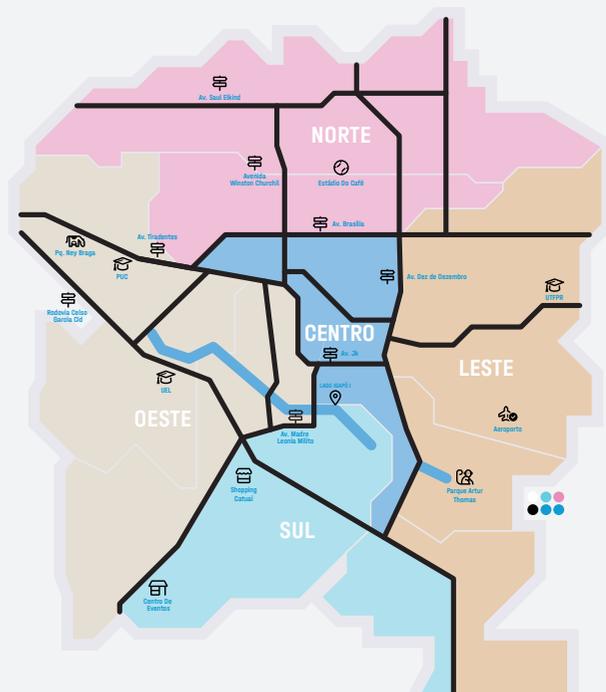
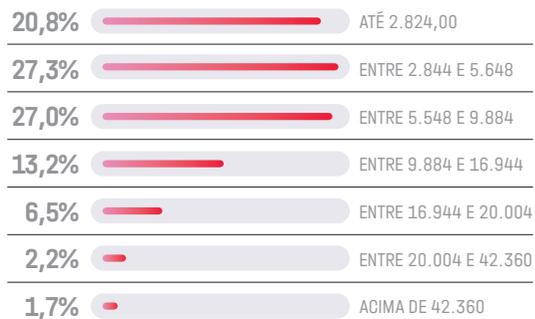


FAIXA ETÁRIA



RENDA FAMILIAR

Não informado 1,3%



REGIÃO DE MORADIA





Londrina em pauta

O AUDIOVISUAL COMO PROPULSOR DA ECONOMIA CRIATIVA

Como o ambiente digital de conexão e integração entre os atores do setor pode contribuir para o desenvolvimento local e regional, gerando inovação e oportunidades de negócios

Nos últimos anos, a economia criativa tem ganhado cada vez mais espaço nas discussões sobre o que pode alavancar o desenvolvimento das cidades. Geração de renda, de produtos, especialização de mão de obra e retenção de talentos, termos muito bem conhecidos por quem discute a pauta e que fazem parte também de um mercado importante: aquele dos produtores de cultura. O LAVI é o ecossistema de Inovação de Economia Criativa e do Audiovisual de Londrina e Região e nasceu, há sete anos, com um objetivo bastante claro: promover a conexão com os atores dos ecossistemas de inovação, gerando novas oportunidades de negócios, favorecendo a experimentação e aplicação de novas ideias através de uma lente bem específica, o setor do audiovisual. A iniciativa partiu de um grupo de produtores independentes da cidade que começava a sentir, no próprio roteiro, a necessidade de juntar forças para alavancar o setor já em ebulição. “A indústria do audiovisual de Londrina sempre foi muito ativa. A cidade possui o mais antigo festival de cinema do Paraná, o Festival Kinoarte, que chegou à sua 26ª edição em 2024. O evento sempre foi uma vitrine para as produções locais e regionais, mas mais do que isso, é um ambiente que promove o desenvolvimento da área. O festival ofereceu durante sua história centenas de cursos de qualificação profissional, trouxe outra centena de profissionais do cinema nacional e internacional para a troca de experiências e ideias, sempre trabalhou na formação de público, promoveu a inclusão social e alimentou a criatividade das novas gerações de realizadores”, afirma Luciano Schmeiske Pascoal, um dos fundadores da governança do audiovisual de Londrina.

As empresas ligadas ao LAVI produzem longas-metragens, curtas, documentários, séries para diversos canais abertos e a cabo e colecionam prêmios cinematográficos mundo afora, o que tem feito de Londrina um polo criativo no audiovisual. “O LAVI é especialista em formatação de projetos para editais nacionais e internacionais. Todos os anos, dezenas de projetos são fomentados na cidade, realizando obras, criando especialistas, alimentando a economia”, comenta Pascoal. Para se ter uma ideia, só em 2024, Londrina recebeu, através dos editais públicos, mais de R\$ 24 milhões para o desenvolvimento de produções audiovisuais e cursos da área da economia criativa. “São centenas de empregos diretos e indiretos durante todo o ano e a capacitação de outras centenas de novos profissionais. Todo esse dinheiro movimenta a economia da cidade e gera renda para centenas de famílias”, completa. “Para a realização de um filme, são necessários pesquisadores, roteiristas, produtores, atores, iluminadores, eletricitas, direção de arte, cenógrafos, marceneiros, motoristas, cozinheiras, diretores de fotografia, editores, especialistas em efeitos especiais, sonoplastas... “Todos estes profissionais fazem parte da economia criativa. Para se construir um ce-

nário, também são necessárias pessoas que trabalham com artesanato. Para se preparar um ator, é preciso um diretor de teatro. Para compor a trilha sonora de um filme ou uma série, é preciso contar com ótimos músicos. Todos são profissionais da economia criativa. Contudo, a geração da riqueza depende da capacidade de produção do conteúdo criativo, de transformá-lo em bens ou serviços comercializáveis, em escala e com divulgação desse conhecimento”, destaca Pascoal.

Incentivo ao apoio empresarial

Estudo da FIPE/SPCINE – Empresa de Cinema e Audiovisual revelou, no ano passado, que para cada R\$ 1,00 gasto na demanda final do setor do audiovisual, retornam para a economia brasileira R\$ 3,69. O crescimento do setor também alavanca outros negócios. O parque exibidor brasileiro, por exemplo, cresceu expressivamente nos últimos anos. Em 2002, existiam 1.635 salas em todo o país. Atualmente, são contabilizadas mais de 3.100 salas de cinema. “Tudo tem crescido vertiginosamente: a quantidade de horas produzidas, o número de canais e programadoras nacionais, as produtoras independentes brasileiras com competitividade internacional. É motivo de orgulho para qualquer brasileiro o avanço da produção nacional, com distribuidoras brasileiras que auxiliam na construção de equações rentáveis para os filmes e produções televisivas brasileiras”, re-

lata. “O ambiente digital acaba sendo perfeito para a conexão e integração entre os atores do setor. Esse é o habitat do audiovisual. Tudo o que se produz para as redes sociais é audiovisual. A animação gráfica, o videocast, a publicidade, os games, tudo é audiovisual.

É crescente a exigência para que as empresas apoiem iniciativas e projetos que visam a sustentabilidade, a responsabilidade e a inclusão social

E toda a integração entre todos os atores do ecossistema de inovação de Londrina, o Estação 43, está no ambiente digital. O LAVI, é o braço da economia criativa dentro do Estação 43”, salienta Pascoal.

As ações apoiadas na economia criativa, segundo ele, podem beneficiar as empresas que atuam em diferentes setores. “É crescente a exigência para que as empresas apoiem iniciativas e projetos que visam a sustentabilidade, a responsabilidade e a inclusão social. A marca de uma empresa, quando vinculada a projetos culturais por exemplo, ganha valor, visibilidade, reconhecimento, engajamento, novos clientes e fornecedores. Um dos principais desafios do LAVI é justamente incentivar as empresas de Londrina a destinar seus impostos para projetos culturais e sociais desenvolvidos aqui. O potencial de investimento desses impostos é gigantesco. É preciso mudar a mentalidade e a cultura das empresas e mostrar que a economia criativa, ligada a projetos culturais e sociais, só traz benefícios para a população e para o desenvolvimento de todos que fazem parte deste grande ecossistema que é Londrina”, explica Pascoal. ■

SENTIMENTOS DESPERTAM A LEMBRANÇA

Percepções do cidadão sobre atributos corporativos que destacam as empresas no mercado tem relação direta com o sentimento que as marcas despertam ao alcançarem visibilidade em diferentes cenários

A mais lembrada é também a mais amada

Quando você pensa nas empresas de Londrina, qual a que primeiro vem à memória? E entre as empresas da cidade, qual você mais ama? Para essas duas perguntas, a maioria dos entrevistados da 29ª edição da pesquisa Top de Marcas Londrina respondeu **Super Muffato**. Presente no cotidiano do londrinense desde 1995, o Super Muffato foi ampliando sua rede e inovando no segmento, ganhando notoriedade por meio de uma comunicação eficiente, programas de fidelização, facilidades na rotina de compras e compromisso com a experiência do consumidor. “Londrina tem uma sociedade exigente, por isso é extremamente honroso para o Muffato ser reconhecido na cidade”, comenta Everton Muffato, diretor do Grupo que está entre as maiores redes varejistas do país, operando com as bandeiras Super Muffato (varejo) e Max Atacadista (atacarejo), além de outros serviços e negócios. A rede atua em 50 cidades do Paraná e interior de São Paulo e emprega aproximadamente 23 mil colaboradores diretos.

A empresa chega ao final de 2024 com diversos retrofits em Londrina, que incluem a ampliação do Super Muffato JK com cafeteria 24h, e a remodelação total do Super Muffato Cafezal. Everton Muffato destaca ainda o novo Super Muffato Alphaville, que terá uma experiência de compras voltada para a qualidade de vida. “Seguimos construindo um varejo sólido e sustentável, que propicia oportunidades e desenvolvimento humano, além de bons negócios para clientes e parceiros comerciais”, destacou.

O Grupo tem 50 anos de história e uma participação ativa na sociedade. “Praticamos o diálogo diariamente com nossos colaboradores, parceiros, clientes e com toda a população, em todos os canais que temos disponíveis. Esse diálogo não é apenas o compartilhamento das nossas histórias, mas também a escuta ativa das demandas, no intuito de encontrarmos os pontos de convergência. Buscamos estar presentes nas mídias tradicionais, nas mídias digitais e, sobretudo, no presencial, face a face. A interação em todas as esferas é que o mantém em alta esta sinergia construída ao longo desse meio século no mercado”, comenta Everton Muffato.

Responsabilidade ambiental com segurança

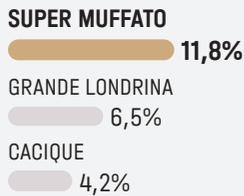
A **Kurica Ambiental** se mantém na liderança como a primeira marca que vêm à lembrança quando o londrinense pensa em cuidados com o meio ambiente. Com atuação no segmento de gestão de resíduos sólidos, a empresa abrange quatro eixos principais: educação ambiental, através de programas para conscientizar a comunidade sobre a importância da reciclagem e do gerenciamento adequado de resíduos; responsabilidade ambiental, com utilização de tecnologias inovadoras para tratar os resíduos de forma sustentável; investimentos em qualidade e segurança por meio de práticas certificadas em gestão de qualidade pela ISO 9001 e seguros ambientais de cargas para garantir a segurança no transporte de resíduos; e engajamento comunitário, com a participação em projetos comunitários e promoção de ações de responsabilidade social.

Para Elisângela Areano, assessora jurídica da Kurica, a premiação se alinha com os princípios e a missão da empresa. “Nosso pilar central é a preservação do meio ambiente e a promoção de um futuro mais sustentável. A premiação valida nossos esforços contínuos em oferecer soluções eficientes e inovadoras para a gestão de resíduos, ao mesmo tempo em que promove a educação ambiental e o engajamento comunitário. O reconhecimento também nos motiva a continuar liderando iniciativas ambientais e a buscar novas maneiras de contribuir positivamente para a sociedade e o meio ambiente”, afirmou.

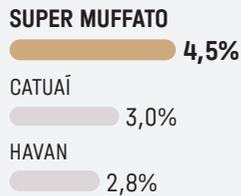
O emprego dos sonhos tem aroma de café

E qual a empresa que o londrinense mais gostaria de trabalhar? Em 2024, a vencedora foi a **Cacique**, empresa símbolo da Londrina e que ajudou a dar notoriedade para a “capital do café”, como a cidade ficou conhecida mundialmente na década de 60. A Cacique é líder em exportações de café solúvel no Brasil, tendo recebido em 2023 o prêmio de Maior Exportador de Café Solúvel durante o Cecafe Coffee Dinner Summit, em São Paulo. “Ao longo de nossa trajetória de 65 anos, valores fundamentais têm

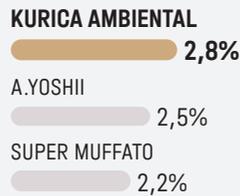
TOP MAIS LEMBRADA



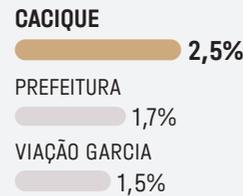
TOP MAIS AMADA



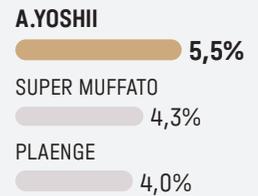
TOP MEIO AMBIENTE



TOP TRABALHO



TOP INOVAÇÃO



direcionado nossas estratégias e inspirado nossos relacionamentos. Esses valores nos motivam a buscar, de forma contínua, a excelência e a qualidade em nossos produtos, adaptando-os às demandas globais, inovando constantemente e promovendo a sustentabilidade e a responsabilidade social”, comenta Damaris Doni Züge, gerente de recursos humanos. “Com nossos colaboradores, cultivamos uma relação humana, fundamentada no respeito e na confiança. Trabalhamos para oferecer um ambiente positivo, um pacote de remuneração competitivo e benefícios que proporcionem segurança e bem-estar ao colaborador e à sua família”, ressaltou. Outro diferencial da empresa para os colaboradores é o Grêmio Esportivo Cacique,

fortalecendo o senso de pertencimento e o orgulho de fazer parte da Cacique”, revela. A marca ainda preza pela construção de relações de confiança e vínculos duradouros com os clientes, atendendo com excelência e agilidade e oferecendo produtos de alta qualidade. “É a base para uma relação comercial sólida”, pontua Damaris. A empresa mantém compromisso com as práticas ESG, atuando para minimizar os impactos ambientais das operações, promovendo um ambiente de trabalho ético e diverso, e valorizando os colaboradores e parceiros ao longo de toda a cadeia produtiva. “Nossos esforços são reconhecidos pelo impacto positivo que geramos nas comunidades onde atuamos, contribuindo para o desenvolvimento social, humano e econômico. A Cacique conta atualmente com 1.136 colaboradores distribuídos nas unidades de Londrina e filiais em Linhares (ES), São Paulo e Santos (SP).

Nossos esforços são reconhecidos pelo impacto positivo que geramos nas comunidades onde atuamos, contribuindo para o desenvolvimento social, humano e econômico

uma área de lazer com estrutura completa para a prática de esportes e atividades recreativas, com campos de futebol, quadra poliesportiva, piscina, salão de festas e churrasqueiras. “Investimos em treinamento e desenvolvimento, priorizando oportunidades de crescimento interno, e realizamos uma pesquisa de clima anual para identificar oportunidades de melhoria a partir da perspectiva de nossos colaboradores. Por meio de práticas de comunicação interna, buscamos manter todos engajados e informados,

Inovação que constrói legados

Reconhecida como a empresa mais inovadora de Londrina, a **A.Yoshii Engenharia** investe para proporcionar facilidades e boas experiências aos clientes. De acordo com o CEO do Grupo, Leonardo Yoshii, a construtora fomenta um programa interno de inovação que permite que os colaboradores inscrevam ideias, promovendo um ambiente criativo onde as melhores propostas são recompensadas. “Esta prática não apenas estimula a participação ativa da equipe, mas também gera soluções que podem ser aplicadas em nossos projetos”, afirmou. Yoshii também destaca a atuação do departamento de meio ambiente dedicado a buscar maneiras de reduzir impactos ambientais. “Essa equipe trabalha em processos que garantem que nossas práticas de construção sejam sustentáveis e responsáveis, alinhando-as com as expectativas dos nossos clientes e da sociedade de forma inovadora”, afirma. A inovação também está presente no Hub, um setor responsável por gerenciar todos os projetos do Grupo, assegurando a geração de resultados positivos para a comunidade e para o meio ambiente. “Esse enfoque holístico nos permite identificar oportunidades de melhorias constantes, desde o planejamento até a execução. A inovação é um pilar fundamental para nossa estratégia, refletindo-se não apenas em nossos processos, mas também na forma como nos posicionamos no mercado e na comunidade”, completa Yoshii. ■



Iniciativa estimulou empresas a compartilharem suas histórias

TRÊS MARCAS CONTARAM COMO REALIZAM AÇÕES PARA IMPACTAR PESSOAS E MEIO AMBIENTE

Despertar o interesse das pessoas em interagir com os conteúdos corporativos demanda muito mais que criatividade. Consumidores e sociedade estão mais propensos a prestarem atenção às mensagens que se conectam com valores e propósitos, capazes de contarem histórias sobre ações responsáveis das empresas com pessoas e meio ambiente. Como chamar a atenção do consumidor para o negócio é condição para que as marcas alcancem a visibilidade e tenham a chance de se tornarem relevantes, torna-se mais do que urgente a construção de conexões das marcas com o mercado com base em iniciativas, ações, projetos que impactam e transformam a vida das pessoas e do meio ambiente.

O Top Marca Sustentável abre esta oportunidade de visibilidade para as empresas locais contarem suas histórias. Nesta primeira edição, três empresas deram um novo passo: Unimed Londrina, Catuaí Shopping e Castor demonstraram os ganhos relevantes que a prática da sustentabilidade vem trazendo ao mundo corporativo, compartilhando dados em quatro questões relativas aos indicadores de meio ambiente e três questões relacionadas com os indicadores de pessoas.

Unimed Londrina

A contratação de créditos de energia solar, com o objetivo de aumentar a sustentabilidade ambiental e contribuir para um futuro

mais verde, já está fazendo parte das ações da Unimed Londrina para a gestão do consumo de energia. Já na gestão hídrica, a cooperativa adotou o reaproveitamento de água da chuva para descargas de banheiros. “Estamos sempre em busca de novas maneiras de otimizar o consumo de água em nossas operações, reforçando a sustentabilidade em nossas atividades diárias”, destacou Dayane Gonçalves Santana Negrisoni - Gerente de Marketing e Comunicação. A reutilização de materiais também é uma prática na cooperativa. Muitos são transformados e doados a projetos sociais. A cooperativa faz ainda o descarte adequado de maquinários, móveis, uniformes e tecidos sem uso, garantindo uma destinação ambientalmente responsável. Já os papeis descartados são vendidos e o valor arrecadado é revertido para a compra de livros doados às crianças. “Desde 2008, já plantamos 17.142 árvores e distribuimos 21.755 mudas por meio do nosso programa “Bosque da Vida”, que realiza plantios em áreas de reflorestamento na região de Londrina. Todos os nossos colaboradores recebem canecas duráveis e squizes, evitando o uso de copos descartáveis em nossas dependências”, afirma Dayane.

No desenvolvimento social de comunidades, a Unimed Londrina realiza, entre as muitas campanhas, a de arrecadação de lacres de alumínio para compra de cadeiras de roda, resultando em 240 cadeiras doadas a 81 instituições. Outras iniciativas são a campanha



INDICADORES PARA O MEIO AMBIENTE:

- Iniciativas voltadas ao consumo energético e programas para o consumo consciente da água.
- Práticas de gestão de resíduos sólidos.
- Logística reversa.

INDICADORES PARA PESSOAS:

- Iniciativas ligadas à inclusão e à promoção da diversidade na empresa e em projetos de apoio ao desenvolvimento humano.
- Ações para beneficiar a comunidade do entorno.



de frascos para arrecadação de materiais para o Banco de Leite Humano, além das campanhas de Doação de Sangue, Páscoa, Outubro Rosa e Natal, todas com o envolvimento de colaboradores voluntários. “Na campanha de incentivo à destinação do Imposto de Renda, destinamos R\$ 1.360.000,00 para projetos culturais e sociais da cidade, impactando cerca de 500 mil pessoas”, salientou. Além dessas ações, a cooperativa possui projetos permanentes na área da saúde e da educação que traz impacto direto no atendimento e na formação da comunidade.

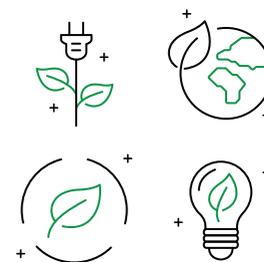
Catuaí Shopping

No consumo de energia, o Catuaí Shopping Londrina tem apostado na automação de equipamentos e aquisição de máquinas mais eficientes, além da compra de energia de fontes renováveis como hidráulica, eólica, solar, térmica e biomassa. Para monitorar o consumo de água, adota práticas de utilização de mictórios ecológicos e assumiu o compromisso de, até 2030, trabalhar com captação de água da chuva e reutilização de água. Já na gestão de resíduos, um desafio para grandes geradores, o Catuaí alcançou uma taxa atual de reciclagem de 68%. Os resultados, segundo a administração, vem aumentando com a reestruturação da central de resíduos e treinamentos da equipe que faz a separação de tudo o que é descartado, além do trabalho de conscientização com lojistas e clientes. Mensalmente, são enviadas para compostagem em torno de 70 toneladas de lixo orgânico. O adubo que retorna é utilizado no paisagismo do próprio shopping, doado para os colaboradores e agora os clientes podem levar

para casa os adubos em saquinhos. O objetivo é que entendam a importância de cada um fazer sua parte na correta destinação do lixo. Na gestão de pessoas, o Shopping apoia ações internas ligadas à saúde física e mental dos seus colaboradores, o que inclui campanhas de acolhimento, nutricionais, de vacinação e de conscientização, por exemplo, além de programas com opções de lazer, cultura, educação, saúde e turismo. Nos projetos comunitários, um dos destaques é o Leitura para Todos que atende crianças em vulnerabilidade social. O objetivo é estimular o hábito da leitura. Neste ano, a obra escolhida apresenta aos pequenos os animais da maior floresta tropical do planeta e busca inspirar uma nova geração de defensores do meio ambiente. Desta forma, além do impacto educacional, o projeto está alinhado com a agenda ESG da empresa.

Castor

Na fabricação de colchões, a eficiência energética recebe uma atenção especial da Castor ao combinar fontes renováveis com tecnologias que otimizam o consumo para redução da pegada de carbono. No consumo de água, a empresa adotou o sistema de captação de água de chuva para jardinagem e limpeza, e ainda destina uma reserva complementar para a Brigada de Incêndio. No gerenciamento de resíduos, a Castor adotou um programa de logística reversa de embalagens que retornam para o ciclo produtivo. Já os resíduos de espumas são reaproveitados para a criação de uma espuma de alta performance, minimizando o desperdício e mantendo a produção sustentável. Na mesma linha, a empresa prioriza o uso de matérias-primas renováveis e sustentáveis como o BIOVISCO™, uma tecnologia 100% biodegradável e resultante de pegada de carbono negativa. “Nossas embalagens são recicláveis e passam por um programa de logística reversa, fechando o ciclo de forma a minimizar o impacto ambiental”, afirma Victor Luzio Silva, Gerente de Marketing. Internamente, a empresa realiza programas de bem-estar com os colaboradores com eventos e campanhas que incentivam o cuidado com a saúde. Um dos destaques é o Projeto Família que oportuniza a visita de familiares dos colaboradores na operação da indústria. Na comunidade do seu entorno, a Castor investe na realização de parcerias e projetos para o incentivo ao esporte com o objetivo de contribuir com a educação e o desenvolvimento social das pessoas. ■



SUSTENTABILIDADE NA PRÁTICA

Para Liane Lima, fundadora da VIAPOLLO Sustentabilidade & ESG em Londrina, a adoção das práticas sustentáveis e de cuidados com as pessoas vão além da manutenção de uma boa imagem para a organização. “A promoção do bem-estar dos colaboradores resulta em maior satisfação e alcance de resultados. Ao desenvolver programas sociais, a empresa incentiva a cultura da sustentabilidade entre seus colaboradores, clientes e parceiros, promove práticas mais conscientes e responsáveis por meio de ações que contribuem para o desenvolvimento social, ambiental e econômico nas comunidades onde está inserida”, afirmou.

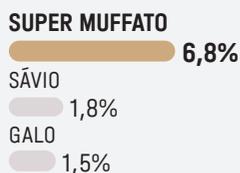
Além disso, investimentos sustentáveis atraem mais clientes e investidores. “Isso impulsiona o crescimento da empresa, otimiza custos, competitividade, produtividade e fomenta um ecossistema sustentável dentro e fora da organização. Implementar o ESG não é apenas uma tendência, mas uma necessidade para empresas que buscam se destacar em um mercado cada vez mais consciente e responsável”, sentenciou a especialista.

top reputação

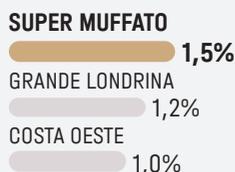
AS MARCAS QUE GANHARAM A CONFIANÇA

Pelo primeiro ano, a pesquisa Top de Marcas quis ouvir dos londrinenses quais as empresas da cidade eles mais recomendariam em 10 categorias

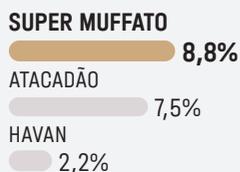
TOP ALIMENTAÇÃO



TOP SERVIÇOS



TOP VAREJO



TOP AUTOMÓVEIS



Três vezes Top Reputação

O **Grupo Muffato** foi a empresa mais recomendada pela população em três categorias: Alimentação, Serviço e Varejo. “A reputação é o maior ativo de uma empresa. Consolidar-se como o maior varejista do Paraná e um dos maiores do Brasil é resultado de muito trabalho, mas também de comprometimento ao longo de 50 anos de história. Vejo as premiações como fruto da construção de serviços de excelência e de um varejo humanizado, reconhecido pela comunidade. Nossa reputação também é fruto do engajamento de 23 mil colaboradores, alinhados com nossa missão e valores, para servir à comunidade com respeito e ética. Um compromisso desafiador que nos une e motiva”, afirma Everton Muffato, diretor do Grupo. Atualmente, o Grupo possui 103 lojas de varejo e atacarejo, além de outros negócios. “Nossa expansão é marcada pela valorização das pessoas e por investimentos que trazem ganhos para todos, com oportunidades de emprego, inclusão social, sustentabilidade e bons negócios”, completa.

Respeito com a mobilidade

Na categoria Automóveis, a marca que lidera a indicação do londrinense é a **Metronorte**, revendedora Chevrolet. Alinhada à estratégia global de sustentabilidade da General Motors, a concessionária busca um mundo com zero acidentes, emissões e congestionamento, ao mesmo tempo em que está focada em ser uma empresa inclusiva através de iniciativas próprias de educação, conscientização e cidadania. “A Certificação Chevrolet Nível A é referência da nossa qualidade operacional e, ao mesmo tempo, da valorização e capacitação dos nossos colaboradores. Agradecemos a confiança dos consumidores e compartilhamos com o nosso time o mérito por esta conquista em um mercado tão competitivo quanto o nosso”, afirma Waldir Rezendé, diretor comercial. O Grupo Metronorte é o maior grupo Chevrolet do Brasil em estoque e volume de ne-

gócios, integrando 980 colaboradores nas unidades de Londrina, São José dos Pinhais, Paranaguá no Paraná e Joinville, Florianópolis e São José em Santa Catarina.

Sabor e preferência global

A **Coca-Cola** é líder global no mercado de bebidas, mantendo uma forte conexão com consumidores de todas as idades. E isso só poderia refletir na indicação dos londrinenses como a marca mais recomendada na categoria Bebidas. Para gerar esse carinho, a marca foca em entender as necessidades dos consumidores, oferecendo produtos alinhados aos estilos de vida modernos, como opções com baixo teor de açúcar e embalagens retornáveis. A Coca-Cola investe em campanhas emocionais e tem uma presença forte tanto nas mídias tradicionais quanto nas digitais, além de parcerias e eventos locais. Para não perder espaço para concorrentes, a Coca-Cola FEMSA Brasil, produtora e distribuidora da bebida para 7 estados, incluindo o Paraná, inova continuamente, expandindo seu portfólio e melhorando a experiência do consumidor através da tecnologia e da plataforma digital Juntos+. Ações estratégicas ajudam a manter a liderança com a empresa monitorando constantemente as preferências locais para ajustar suas estratégias e produtos, atendendo às demandas regionais.

Interação e inovação no canteiro de obras

Aproximar cada vez mais o cliente através de iniciativas que fortalecem a reputação da empresa, além de promover uma maior interação entre colaboradores clientes e a sociedade, trouxe para a **A.Yoshii** mais uma premiação: a de marca mais recomendada na categoria Construção. “Em nossas cidades de atuação, mantemos showrooms abertos ao público, permitindo que as pessoas visitem apartamentos decorados e vivenciem a qualidade dos nossos empreendimentos. Além disso, promovemos uma comunicação transparente por meio de nosso blog e redes sociais, onde compartilhamos

novidades e informações relevantes”, revela Leonardo Yoshii, CEO do Grupo A.Yoshii. Através do Instituto A.Yoshii, são estabelecidas parcerias com organizações locais para desenvolver projetos que atendam às necessidades da comunidade, reforçando o compromisso social da empresa. “Nossa central de atendimento conta com colaboradores capacitados prontos para esclarecer dúvidas e proporcionar suporte contínuo. A premiação fortalece nossa base para um crescimento sustentável e reafirma nosso papel como um agente positivo na cidade que nos acolheu. É uma motivação a mais para continuarmos a trabalhar em prol do bem-estar da comunidade e a buscar a excelência em tudo o que fazemos”, completa.

Informação com credibilidade

Atuando em um dos segmentos mais importantes para a sociedade, a **Tarobá** foi a mais recomendada na categoria Comunicação. Para a gerente de conteúdo, Luciane Miyazaki, ser uma referência para o londrinense representa o resultado do trabalho planejado e desenvolvido pelos profissionais no dia a dia. “Nossa programação conta com multiplataforma de interação direta com o público: portal, redes sociais, TV, rádio e o diálogo direto com nossas equipes nas ruas. O trabalho é feito em conjunto com todos os meios de comunicação da empresa”, revela. A força do maior grupo de comunicação da região vem da plataforma multicanal que conta com TV, Rádio FM, portal de notícias e presença nas redes sociais. “É a maior programação local em veículo de comunicação aberta do oeste e norte paranaense, com produção de conteúdos adaptáveis para diversos formatos que passam pelo jornalismo, esporte, culinária e entretenimento. Nossa terra nos inspira a contar histórias cheias de credibilidade, trazendo o melhor da vida no Paraná para a nossa audiência. Celebramos as lutas e conquistas do povo paranaense todos os dias em todos os nossos canais”, completa.

Educação com tradição

Com 38 anos de história em Londrina, o **Colégio Maxi** venceu com a empresa com maior reputação na categoria Educação. Para Débora Durães, diretora-geral, o reconhecimento reflete o compromisso em entregar uma educação em máxima potência e em ser uma presença inspiradora na vida das famílias e dos londrinenses. “Esse reconhecimento nos motiva a continuar inovando e aprimorando nossas práticas, sempre com o foco na formação integral dos nossos alunos”, diz. Segundo ela, o compromisso com a excelência educacional e o desenvolvimento integral dos alunos é refletido nos resultados. “No ENEM 2023, o Colégio Maxi se destacou em Londrina, ocupando o primeiro lugar entre as escolas com mais de 100 alunos participantes. No PISA

for Schools, Programa de Avaliação de Estudantes, os alunos alcançaram uma média de 520 pontos. Este desempenho é 123 pontos superior à média brasileira e aproximadamente 42,6 pontos acima da média global das escolas participantes. Temos orgulho de dizer que em 2024 tivemos um aumento de 19% na satisfação dos pais em relação ao ano anterior e de 27% na satisfação dos colaboradores do Maxi”, completa a diretora.

Cuidados com a Saúde

A **Unimed Londrina** foi a vencedora na categoria Saúde, se destacando por iniciativas que vão além do atendimento à saúde por meio da construção de uma reputação sólida e próxima da comunidade, clientes e colaboradores. Além de oferecer um serviço qualificado, com a maior rede de laboratórios, clínicas, hospitais credenciados e 1,2 mil médicos, a cooperativa investe continuamente em ações que promovem o bem-estar e a integração social. “Ampliamos nossos projetos esportivos, culturais e educacionais, e somos a única empresa que realiza cinco corridas com mais de 10 mil atletas, incentivando a prática esportiva e o cuidado com a saúde. Também promovemos eventos culturais, reforçando a conexão com a comunidade local e realizamos ações de experiência com a marca”, revela Dayane Gonçalves Santana Negrisoli, gerente de marketing e comunicação da Unimed Londrina. Outro ponto de destaque, e que tem um grande peso na reputação alcançada pela marca, é a responsabilidade social. “Por sermos uma cooperativa, temos o propósito de oferecer ao público, tanto interno quanto externo, ações que prezam pelo desenvolvimento pessoal ou profissional. Atuamos também com foco na sustentabilidade, apoiando ações voluntárias que geram renda e cultura para a população”, salientou.

Uma ligação forte e consolidada

A **Sercomtel**, Top Reputação na categoria Telefonia, é uma das marcas mais queridas pelos londrinenses e que acumula histórias de sucesso ao longo dos 56 anos de existência. São marcos históricos importantes da trajetória da empresa que se mantém vivos na mente dos consumidores, fortalecidos com a participação ativa em grandes eventos da cidade como a Expo Londrina, e parcerias com o Londrina Esporte Clube. “A Sercomtel sempre esteve umbilicalmente ligada à cidade de Londrina. Hoje, a empresa disputa espaço no mercado com outras tecnologias, mas continua tendo um papel importante no desenvolvimento socioeconômico da cidade”, afirma Agnaldo Aversani, gerente comercial. “Essa relação especial se construiu ao longo do tempo, através de diversas interações e experiências positivas. Ser uma empresa local, com raízes históricas na cidade, contribui para fortalecer o vínculo com a população”, destacou. ■

TOP BEBIDAS

COCA-COLA

10,3%

AMBEV

8,0%

REFRIKO

7,0%

TOP COMUNICAÇÃO

TAROBÁ

10,5%

FOLHA DE LONDRINA

9,3%

REDE MASSA

6,0%

TOP CONSTRUÇÃO

A.YOSHII

13,7%

PLAENGE

10,2%

LEROY MERLIN

4,2%

TOP EDUCAÇÃO

MAXI

6,7%

UEL

6,3%

MARISTA

5,7%

TOP SAÚDE

UNIMED

6,7%

HOSPITALAR

6,3%

EVANGÉLICO

5,7%

TOP TELEFONIA

SERCOMTEL

42,0%

VIVO

13,7%

CLARO

11,5%

Especialistas elegem empresas que se destacam no relacionamento com stakeholders

Além de líderes do mercado na mente do consumidor, marcas selecionadas têm algo em comum: entregam boas experiências e inovação ao consumidor

► Top de Valor

AS decisões administrativas no mundo corporativo não estão mais restritas ao universo empresarial. As empresas têm responsabilidades que vão além da devolução de lucro para acionistas ou proprietários e precisam se mostrar verdadeiramente interessadas nas pessoas que compõem o seu público de relacionamento em diferentes esferas. Ações de comunicação são canais para ampliar o propósito e se posicionar na sociedade e na própria organização como uma empresa capaz de realizar projetos e propor iniciativas que possam transformar e facilitar a vida de colaboradores, parceiros, clientes, fornecedores e sociedade em geral. Foi com esse objetivo, o de avaliar a comunicação das marcas top of mind de Londrina, que profissionais de comunicação e branding foram convidados a elegerem as empresas que estão comunicando diferenciais nas ações de relacionamento com seus públicos. Das 68 empresas líderes nos seus segmentos de mercado, a comissão técnica formada por Diego Menon e Marco Kumura da Klarz, Eduardo Vasconcelos da Estriba, Mario Andreotta da Andreotta Propaganda, Mario Seki da Wiz Propaganda, Patricia Hermerly da Egg Comunicação, Spartaco Puccia da SpB Comunicação e Uanderson Luis, da Y2, elegeu aquelas que alcançaram maior visibilidade na prática de ações que estão contribuindo com o desenvolvimento das pessoas, com o bem-estar da comunidade e com a melhor experiência dos clientes.

10 A.Yoshii com guardião dos valores corporativos

Segundo os especialistas, a construtora fundada em 1965, se destaca com ações alinhadas ao propósito de ser uma guardiã dos valores corporativos, presentes em canais e plataformas de comunicação, e da postura comercial inovadora e construtiva alinhada aos processos sistematizados e seguros. “A. Yoshii é uma construtora que carrega décadas de tradição, sendo referência em qualidade e inovação no setor da construção civil de Londrina. Uma marca que mantém um vínculo com a cidade e seus moradores, promovendo o crescimento sustentável e o desenvolvimento social”, destaca Mario Seki, da Wiz. Para Marco Kumura, da Klarz, a construtora reforça seu posicionamento de alto padrão por meio de campanhas que destacam a exclusividade de empreendimentos. “A inovação se reflete nos decorados, nos lançamentos e nas entregas dos produtos, sempre com atenção ao detalhamento e qualidade. Além disso, a marca tem uma presença constante como patrocinadora em eventos voltados ao público-alvo, e investe tanto em campanhas de mídia tradicional quanto digital, fortalecendo sua imagem no mercado”. A marca lidera o ranking Top de Valor 2024.

REFERÊNCIA EM QUALIDADE E INOVAÇÃO



COMPROMISSO COM A COMUNIDADE



CUIDADO HUMANIZADO



MEIO AMBIENTE SUSTENTÁVEL



2º Unimed Londrina: compromisso com a comunidade

A **Unimed Londrina**, de acordo com a comissão técnica, se destaca não apenas pela qualidade dos serviços de saúde oferecidos, mas também pelo compromisso com a comunidade. “Ao longo dos anos, a cooperativa consolidou sua confiança como o plano de saúde mais lembrado pelos londrinenses, unindo tradição e inovação em um cuidado integral com seus clientes”, avalia Mario Seki, da Wiz. Diego Menon, da Klarz, destaca a intensa participação da Unimed nas iniciativas da cidade. “A cooperativa marca sua posição com programas de sustentabilidade, promoção da saúde e bem-estar e com o apoio às ações culturais. A Unimed Londrina entrega valor em suas ações sendo pró ativa no desenvolvimento de Londrina e região”. avaliou. Spartaco Puccia, da SpB Propaganda reforça a comunicação constante da marca que envolve informações importantes e serviço aos usuários, novos planos e propósito corporativo. “Todas as ações são coerentes ao objetivo de ser um plano para a vida e não somente um plano de saúde. A comunidade é impactada pela preocupação com as pessoas e valores da empresa”, afirmou. A cooperativa obteve a segunda melhor pontuação com empate técnico com o Hospital Evangélico.

2º Hospital Evangélico: foco no melhor atendimento

A longa história do **Hospital Evangélico** em Londrina e o contínuo investimento na inovação foi destaque entre os especialistas. “O hospital tem oferecido atendimentos muito especializados como as cirurgias robóticas. É referência na cidade e possui alas modernizadas em parceria com empresas de saúde que beneficiam diretamente a população atendida”, salienta Patricia Hemerly, da Egg Comunicação. Mario Andreotta, da Andreotta Propaganda, também reforça o fato de o Hospital Evangélico buscar a melhoria no atendimento às pessoas, promovendo a saúde por meio de uma ampla equipe disciplinar. Marco Kumura lembra de campanhas de comunicação recentes que destacaram a introdução de tecnologias de ponta no hospital, ressaltando a realização de procedimentos de alta complexidade com equipamentos de última geração. “Essas melhorias consolidam o hospital como uma referência em tecnologia e cuidado humanizado na região, fortalecendo ainda mais sua reputação e impacto positivo em Londrina”.

3º Midiograf: atenção à sustentabilidade

“A **Midiograf** é uma gráfica que vai além da impressão. É reconhecida por investir em tecnologias de ponta e por ações de sustentabilidade, como o uso consciente de papel e reciclagem de resíduos. A empresa também apoia projetos locais, reforçando seu compromisso com a comunidade e o meio ambiente”, afirma Eduardo Vasconcelos, da Estriba. Diego Menon, da Klarz também reforça a participação da empresa nas muitas iniciativas da cidade. “A Midiograf

sempre busca agregar para acelerar iniciativas que geram transformação. Além disso, procura inovar mantendo sua base sólida de valores que vem passando de geração em geração”. Para Mario Andreotta, Andreotta Propaganda, “a Midiograf respeita muito os colaboradores, investe na melhoria contínua através de treinamentos, inovação e equipamentos modernos. Tem um grande senso de responsabilidade com a comunidade e a cidade. É ainda admirável e muito confiável”.

tops especiais

Diferenciais pela inovação

As marcas **Sicredi**, **Catuai Shopping**, **Móveis Brasília**, **Viação Garcia** e **Super Muffato** ficaram empatadas em 4º lugar, segundo os especialistas. Para Marco Kumura, um dos diferenciais do **Sicredi** em Londrina é a agência localizada na avenida Ayrton Senna, na Gleba Palhano. “A unidade foi projetada para ser mais do que um local de atendimento bancário tradicional: é uma agência sem dinheiro físico, mas com diversos serviços agregados, possibilitando encontros entre associados e promovendo eventos corporativos. Essa abordagem reforça o compromisso do Sicredi com a inovação e o relacionamento próximo, criando um ambiente moderno e colaborativo para a comunidade local”. Catuai Shopping foi destaque por unir lazer, conveniência e experiências. “Ao longo dos anos, o Catuai construiu uma marca forte, sendo reconhecida como o principal destino para consumidores que buscam uma combinação de variedade, qualidade e entretenimento. Com ações que promovem a cultura local, eventos sazonais e campanhas que engajam a comunidade, o Catuai Shopping reforça sua presença e relevância em Londrina”, salienta Mario Seki.

A tradicional **Móveis Brasília** foi também lembrada pela comissão. “A empresa se posiciona como uma marca acessível e confiável para as famílias de Londrina, reforçando esse conceito com o clássico slogan “A loja da família”. A campanha que popularizou esse slogan destaca a tradição e o atendimento personalizado, oferecendo produtos de qualidade que atendem às necessidades do lar. A empresa construiu uma imagem sólida ao

associar sua marca com valores familiares e proximidade com o cliente, sendo uma referência local há décadas”, destaca Kumura.

Viação Garcia, que completa 90 anos junto com Londrina, como reforçou Uanderson Luis, da Y2, é referência pelas inovações e facilidades entregues aos consumidores. “Frota moderna, salas VIP, espaços exclusivo para mulheres, tecnologia na compra de passagens, projeto Criança no Museu e o Projeto Saúde, em parceria com as Prefeituras locais, são grandes diferenciais”, avalia Spartaco Puccia.

Já o **Super Muffato** conquistou uma forte presença na cidade, com a marca se destacando pela inovação no setor varejista e oferecimento de uma experiência de compra moderna com uso de tecnologias para e-commerce, aplicativo e autoatendimento. “O seu compromisso com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável reforça a conexão da empresa com a comunidade, consolidando sua posição de liderança no mercado”, enfatiza Mario Seki.

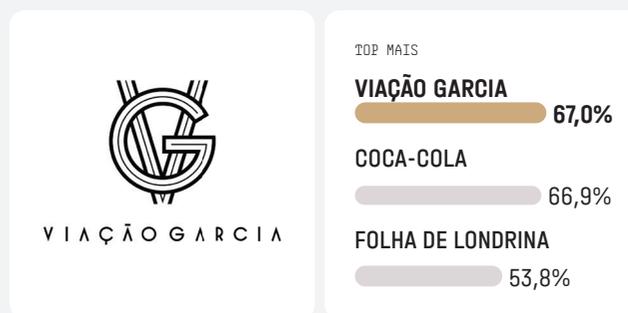
Outras marcas top of mind lembradas pelos especialistas e alinhadas com o propósito de entregarem algo a mais para o mercado consumidor foram **Bollogna**, **Buffet Planalto**, **Consórcio União**, **Leroy Merlin**, **Ótica Diniz**, **RPC**, **Santamerica**, **Spoller**, **Sugoi**, **Vale Verde** e **Vinho Guaravera**. ■



► Top Mais

A MAIOR LEMBRANÇA NA PESQUISA

Nesta categoria são comparados os percentuais atingidos por todas as marcas líderes na pesquisa e avaliadas as que alcançaram maior retenção. Entre os 68 segmentos de consumo pesquisados, a **Viação Garcia** continua no podium liderando o ranking com 67% de lembrança espontânea, próxima à segunda colocada que é a Coca-Cola com 66,9%. Em terceiro lugar está a Folha de Londrina com 53,8% de citações.



► Top Performance

O MAIOR CRESCIMENTO DE 2023 PARA 2024

Ano a ano a pesquisa Top de Marcas avalia as marcas que alcançaram melhor performance e ampliaram o índice de retenção na memória do consumidor. Na categoria, são comparados os percentuais obtidos pelas marcas líderes de 2023 com os alcançados por elas em 2024. Em 2024, o Top Performance vai para o **Catuai Shopping** que obteve crescimento de retenção de marca de 8,3%, seguido pelo Consórcio União com percentual de avanço de 7,8% de um ano para outro e Baterias Moura, que aumentou a lembrança da marca em 4,9%.



TOP PERFORMANCE

CATUAI SHOPPING LONDRINA

8,3%

CONSÓRCIO UNIÃO

7,8%

BATERIAS MOURA

7,7%

Unimed Londrina: uma história de reputação e excelência.

A confiança da Unimed Londrina foi construída ao longo do tempo, consolidando-se como uma marca respeitada no setor de saúde. O foco na qualidade do atendimento é um pilar fundamental dessa trajetória.

A inauguração do novo hospital em 2025 simboliza um avanço, ampliando a oferta de serviços e solidificando sua posição como referência no cuidado à saúde na cidade de Londrina e região.



As marcas mais lembradas pelos londrineses



Unimed
Londrina

TOP 2024 DE MARCAS

As marcas mais lembradas pelos londrinenses



SUPER MUFFATO SHOPPING AURORA
Rua Ayrton Senna da Silva, 400 - Gleba Palhana, Londrina/PR



SUPER MUFFATO AEROPORTO
Av. Robert Koch, 20 - Bairro Operária, Londrina/PR



SUPER MUFFATO BRASIL
Rua Brasil, 533 - Centro, Londrina/PR



SUPER MUFFATO DUQUE DE CAXIAS
Av. Duque de Caxias, 1200 - Centro, Londrina/PR



SUPER MUFFATO JK
Av. Juscelino Kubitschek, 2.606 - Vila Ipiranga, Londrina/PR



SUPER MUFFATO MADRE
Av. Madre Leônia Milito, 1175 - Jardim Bela Suiça, Londrina/PR



SUPER MUFFATO QUINTINO
Rua Quintino Bocaiuva, 1.045 - Centro, Londrina/PR



SUPER MUFFATO SAUL
Av. Saul Elkind, 2.177 - Jardim Planalto, Londrina/PR



SUPER MUFFATO REGIÃO SUL
Av. Pres. Eurico Gáspar Dutra, 55 - Parque Industrial, Londrina/PR



**O nosso bem
mais valioso é
e sempre será
o mesmo: você.**

Nos 50 anos do Muffato,
agradecemos a todos
os clientes e funcionários
que fazem parte dessa
conquista.

CONFIRA OS PRÊMIOS:

Supermercados | Alimentação | Marca Mais Amada
Marca Mais Lembrada | Serviços | Varejo

**SUPER
Muffato**



Top Alimentação



A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE EM FOCO

OS VENCEDORES NA CATEGORIA ALIMENTAÇÃO TEM ATRIBUTOS EM COMUM E, ENTRE ELES, A LONGA TRAJETÓRIA E PRESENÇA NO MERCADO, FAZENDO PARTE DA VIDA DOS CLIENTES AO LONGO DOS ANOS. ISSO SEM DEIXAR DE LADO A INOVAÇÃO E O INVESTIMENTO EM NOVAS TECNOLOGIA, ALIADOS À EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO, AFINAL, É A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE QUE DETERMINA SE UMA MARCA VAI PERDURAR NUM AMBIENTE DE MUITA COMPETIVIDADE. EM 2024, OS LONDRINENSES PREMIA COM O TOP DE MARCAS EMPRESAS QUE SABEM COMO AGRADAR OS PALADARES MAIS EXIGENTES E OFERECER AS MELHORES EXPERIÊNCIAS DE COMPRA.

Buffet

O **Buffet Planalto** é o primeiro segmento que vem à memória dos londrinenses quando pensam no segmento buffet. Um reconhecimento importante que leva a marca a investir em um novo conceito, o Planalto Corporativo, um espaço dentro da Villa Planalto especialmente estudado para acolher eventos empresariais. “O Planalto Corporativo é um braço do Buffet Planalto que traz o conforto, a agilidade e a excelência dos nossos serviços para as empresas. É a praticidade para realizar coffee breaks, palestras, eventos multimídia, almoços, jantares, confraternizações e com a possibilidade de montagem de estandes e espaços de convivência”, revela Lucca Chineze, sócio proprietário. “Nossa ideia é oferecer o espaço perfeito para as empresas de Londrina e região, levando ao mundo dos negócios todo o nosso know-how já consolidado, com a mesma eficiência conhecida pelo mercado e a excelência na realização de eventos idealizados com praticidade, garantindo a agilidade característica do mundo empresarial”, comenta.

Churrascaria

No coração da tradição do autêntico churrasco gaúcho, a Churrascaria **Chimarrão** mantém o título como marca mais lembrada no seu segmento, um reconhecimento da trajetória, do trabalho e uma celebração da qualidade e amor pela culinária. As duas unidades na cidade contam com um ambiente acolhedor que remete à hospitalidade gaúcha. “Temos um compromisso com a excelência. Cada corte é assado com maestria na brasa, garantindo suculência e sabor inigualáveis. Mais do que um restaurante, a Chimarrão é um legado familiar que honra a tradição do churrasco gaúcho”, comenta Vinicius Chiesa, gerente geral. Além do cardápio, a Chimarrão preza pela qualidade no atendimento, promovendo aos colaboradores treinamentos regulares, incentivando o desenvolvimento profissional e a

troca de experiências. A Churrascaria Chimarrão, segundo Chiesa, cresceu 20% em sua base de clientes nos últimos dois anos.

Padaria e Confeitaria

Sempre ao lado dos clientes, com um atendimento personalizado e diferenciado para buscar a satisfação integral e a melhor experiência de compra. É assim que a **Pandor**, o nome mais lembrado quando o londrinense pensa em padaria, trabalha o dia a dia da sua operação. “Ser referência na comunidade representa uma conquista contínua, sustentada pela qualidade dos produtos, pelo atendimento próximo e pela presença na vida das pessoas. É, portanto, um reflexo do trabalho, da qualidade e da conexão da empresa com o mercado e com as pessoas ao seu redor, promovendo um ciclo virtuoso de sucesso e engajamento”, afirma a gerente Selia Cavalheiro. Sempre pensando em atender cada vez melhor os consumidores, a empresa aumentou a equipe em 15%, abrindo mais vagas de trabalho. A Pandor está no mercado londrinense há 22 anos.

Pizzaria

Atendimento de excelência somado ao ambiente de trabalho que privilegia o bom convívio entre os colaboradores e cria laços que vão além da relação profissional, pautados no respeito e no senso de humanidade. É assim que a Pizzaria **Borelluccio** vem construindo a sua trajetória desde 1990, o que se reflete positivamente na relação com os clientes. “Ser uma referência para o londrinense significa estar no caminho certo. Ganhar um Top de Marcas nos anima para continuar trabalhando cada vez mais e oferecendo diferenciação e boas experiências gastronômicas aos londrinenses”, celebra Vander Luiz Borelli, proprietário. “Ser referência na comunidade representa uma conquista contínua, sustentada pela qualidade dos produtos, pelo atendimento próximo e pela presença na vida das pessoas”.

BUFFET

PLANALTO
18,7%

ATLÂNTICO
5,0%

LAGUNA
3,3%

CHURRASCARIA

CHIMARRÃO
31,8%

GALPÃO NELORE
10,8%

LIMOZINI
10,0%

PADARIA E CONFEITARIA

PANDOR
7,0%

HOLANDESA
4,5%

DELIKÁ
3,2%

PIZZARIA

BORELLUCCIO
7,5%

PIU BELLA
5,2%

VULCANO
4,8%



Top Alimentação

Restaurante Chinês

Uma longa tradição de 57 anos no mercado, participando da vida de clientes e colaboradores, prezando por valores em todas as relações. Assim, o Restaurante **Taiwan** segue escrevendo a própria história, investindo constantemente em mídia, para estar sempre na memória do londrinense. “Buscamos, através da nossa divulgação, impactar constantemente o nosso público, mantendo assim a nossa marca na cabeça e no coração dos nossos clientes”, afirma Chris Magaldes, que é especialista em gestão estratégica de marcas “Entendemos que crescemos a cada dia de maneira sólida pelo fato de administrarmos nosso negócio com valores reconhecidos. Ver o nosso salão sempre com um bom movimento e um ótimo volume de entrega, é motivo de alegria. Mesmo com tantos desafios, só temos a agradecer, afinal tudo isso só é possível por causa dos nossos clientes, colaboradores, parceiros e fornecedores”, complementa.

Restaurante Japonês

Desde o começo da sua história, o **Sugoi** vem construindo uma marca sólida e relevante no mercado, buscando constantemente criar uma experiência diferenciada e autêntica para seus clientes, fortalecendo o vínculo emocional e verdadeiro com a marca. “O Sugoi colabora com produtores e empresas locais, apoia causas sociais, e adota o compromisso de enriquecer a comunidade de Londrina, destacando-se como um espaço de promoção da cultura japonesa na cidade”, afirma o gerente Luciano Heiji Tadeo. Para ele, ser a marca mais lembrada é, acima de tudo, uma validação do caminho trilhado até aqui. “Essa conquista representa o resultado de um trabalho comprometido em oferecer não apenas pratos de alta qualidade, mas

experiências memoráveis que ressoam com os valores e expectativas de nossos clientes. Tudo isso nos motiva a continuar inovando, a manter um atendimento de excelência e a seguir como um exemplo de dedicação à autenticidade e ao serviço de qualidade”, diz.

Restaurante Italiano

Vencedor no segmento restaurante italiano, o **Bollogna** conquista o Top de Marcas com um rodízio famoso que prima pela escolha dos ingredientes, carnes selecionadas e produtos de qualidade. “Ser o restaurante italiano vencedor do Top de Marcas é muito gratificante. Todos sabem que a dificuldade dos empresários é enorme em diversos pontos. Sermos reconhecidos e agraciados com premiações, a casa cheia e estarmos na ‘boca dos clientes’ é o ápice de satisfação de todos os envolvidos na nossa operação”, afirma Eliana Maria Ortiz Buselatto, proprietária. “A cada ano nosso mercado se torna mais desafiador. Ainda assim, estamos muito gratos aos nossos clientes. Temos verificado um crescimento em número de vendas de rodízios e sem os clientes, nada disso seria possível”, completa. Eliana enfatiza também as ações de sustentabilidade da operação no dia a dia. “Evitamos o desperdício, separamos nossos resíduos, reciclamos e destinamos corretamente”, ressaltou.

RESTAURANTE CHINÊS

TAIWAN

14,8%

CHINA IN BOX

9,3%

JIN JIN WOK

5,0%

RESTAURANTE JAPONÊS

SUGOI

7,7%

MATSURI

5,7%

KOZAN

3,8%

RESTAURANTE ITALIANO

BOLLOGNA

5,0%

ROSSO POMODORO

4,3%

ITALIANINHO

3,7%





PLANALTO

C O R P O R A T I V O



(43) 99970-8258



Top Alimentação

CONFIRA OS RESULTADOS TAMBÉM NO SITE:

www.topdemarcas.com.br

Restaurante Self Service

Esse é um ano de comemoração para o **Dá Licença**, restaurante vencedor no segmento restaurante self-service. Festejando 45 anos no mercado, foi o primeiro a oferecer o sistema em Londrina. “Marcamos presença em praticamente metade da vida da cidade de Londrina. Ser uma marca que faz parte da história do município nos desafia, todos os dias, a sermos cada vez melhores”, afirma Enio Luiz Sehn, gestor da empresa. No último ano a empresa viu o movimento aumentar em cerca de 10%, o que levou à contratação de mais colaboradores. “Em 2024, contratamos uma consultoria especializada em reciclagem de resíduos e, junto com nossos colaboradores, muitos que estão conosco há mais de 30 anos, estamos focados em ações práticas e educacionais de sustentabilidade”, revela.

Sorvete

A Copralon é a empresa responsável pela representação e distribuição da marca **Kibon** em Londrina desde 1972, portanto, há mais de cinco décadas. Carregando Londrina no nome, desempenha o papel de representante e distribuidora exclusiva da marca vencedora do Top de Marcas no seu segmento, atuando no norte do Paraná, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Rondônia, Acre e uma parcela do Amazonas. Em 2024, a empresa deu um grande passo, passando a atuar também no interior de São Paulo, atendendo a 158 novos municípios no oeste do estado. “Fizemos um grande investimento para assumirmos essa área e isso mostra que a empresa continua em expansão, mas mantendo a sede em Londrina”,

comenta Ricardo Januário, sócio administrador da Copralon. “Nosso objetivo continua sendo a excelência na distribuição dos sorvetes através de uma relação sólida e de parceria com os varejistas. Assim, garantimos que os clientes da Kibon tenham acesso a produtos de alta qualidade”, completa.

Supermercado

Ser a marca mais lembrada em uma cidade com uma sociedade crítica e exigente é motivo de muita honra para Everton Muffato, diretor do Grupo Muffato. “Investimos regularmente na atualização das lojas, para seguirmos sempre em sintonia com o melhor do varejo alimentar no mundo, trazendo isso para Londrina. Trilhamos 50 anos de história, sempre nos renovando”, comenta. O **Super Muffato**, marca vencedora do Top de Marcas, chega ao final de 2024 com uma nova geração de lojas, idealizadas para valorizar a praticidade, a alimentação saudável e os produtos frescos. “A tecnologia caminha junto, no sentido de facilitar e favorecer os clientes, seja na redução de filas nas compras presenciais, seja nas demandas de compras on-line ou na facilitação de uma experiência moderna e interativa. Inovamos no layout, na jornada sensorial de compras, na tecnologia embarcada, nas marcas exclusivas, entre outros fatores, que fazem do Super Muffato um mercado que acompanha as mudanças da sociedade de uma maneira rápida e eficiente”, completa.

RESTAURANTE SELF-SERVICE

DÁ LICENÇA

8,8%

O CASARÃO

4,2%

MINAS DE OURO

3,3%

SORVETE

KIBON

33,3%

SÁVIO

32,7%

GELA BOCA

5,0%

SUPERMERCADO

SUPER MUFFATO

48,8%

SUPER GOLFF

12,5%

TONHÃO

9,3%

marca **Nº1** 2024

Obrigado, Londrina, por mais um ano como a pizzeria mais lembrada da cidade!

Borelluccio
Pizzaria

Desde 1990

marca **Nº1** 2024

PANDOR

ELEITA A MARCA MAIS LEMBRADA PELOS LONDRINENSES

TOP DE MARCAS LONDRINA 2024



Metronorte

NOVOS CAMINHOS, OS MESMOS VALORES

SOMOS A MARCA MAIS LEMBRADA NOS SEGMENTOS DE VEÍCULOS NOVOS E SEMINOVOS. CELEBRAMOS ESSA VALIOSA CONQUISTA AGRADECENDO AOS NOSSOS COLABORADORES PELA DEDICAÇÃO E AOS NOSSOS CLIENTES PELA CONFIANÇA.

METRONORTE
PRÊMIO TOP DE MARCAS 2024
VEÍCULOS NOVOS - VEÍCULOS SEMINOVOS
MAIS UMA VEZ, OBRIGADO!



As marcas mais lembradas pelos londrinenses

www.metronortechevrolet.com.br

SIGA-NOS NAS REDES SOCIAIS  



PAZ NO TRÂNSITO COMEÇA POR VOCÊ.

Metronorte 

 CHEVROLET

Av. Brasília, 1701 | (43) 3377.1212 | Londrina - PR

Av. J. K., 2700 | (43) 3373.1212 | Londrina - PR



Top Automóveis



QUANDO MOBILIDADE E CONFIANÇA ANDAM JUNTAS

A LEMBRANÇA DOS LONDRINENSES NESTA CATEGORIA REFLETE O NÍVEL DE CONFIANÇA QUANDO O ASSUNTO É MOBILIDADE. SEJA PARA ESCOLHER ONDE ENCONTRAR AS PEÇAS DE REPOSIÇÃO OU, ATÉ MESMO, O GRANDE INVESTIMENTO EM UM VEÍCULO NOVO. COMPRAR UM CARRO USADO TAMBÉM MERECE CUIDADO E GARANTIAS PODEM FAZER TODA A DIFERENÇA. A PESQUISA AINDA REVELA QUE OS CONSUMIDORES TAMBÉM PREZAM POR EMPRESAS JÁ CONSOLIDADAS NO MERCADO E QUE CONTAM COM PARCERIAS DE GRANDES NOMES, COM PESO NO MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL.

Bateria Automotiva

Com uma estratégia de comunicação centrada no engajamento multiplataforma, a Baterias **Moura** vence no seu segmento, marcando presença na mídia tradicional e digital. “O reconhecimento é reflexo do compromisso contínuo do nosso time com qualidade e excelência, sempre priorizando o atendimento das necessidades dos clientes, mas sem esquecer de surpreendê-los positivamente. É também um sinal de que nosso planejamento estratégico, com foco em inovação, sustentabilidade e desenvolvimento humano, está entregando resultados à altura das exigências do mercado”, afirma Alessandra Vieira, gerente administrativa em Londrina. No Brasil, a marca conta com mais de 6,5 mil colaboradores e a produção anual ultrapassa 10 milhões de baterias, com um portfólio de mais de 3 mil modelos e uma presença relevante no mercado internacional. Na vanguarda da eletromobilidade, é pioneira no Brasil no desenvolvimento de sistemas de armazenamento de energia com tecnologia nacional, presente em seis de cada dez carros fabricados no Brasil.

Concessionária de Automóveis

A **Metronorte** é novamente a marca mais lembrada pelo londrinense quando pensa em concessionária de automóveis. O reconhecimento, para Waldir Rezende, diretor comercial, representa uma das maiores conquistas institucionais da empresa. “Agradecemos à confiança dos consumidores e compartilhamos com os nossos colaboradores o mérito por renovar essa conquista em um mercado tão competitivo quanto o nosso”, comenta. Nesta década, o Grupo Metronorte ampliou suas fronteiras com uma forte trajetória de expansão. “Incorporamos mais nove operações como Grupo Concessionário Chevrolet e Distribuidor de Peças GM/AC Delco. Somos o maior Grupo Chevrolet do Brasil em estoque e volume de negócios, integrando 980 colaboradores em nossas unidades de Londrina, São José dos Pinhais e Paranaguá no Paraná, e Joinville, Florianópolis e São José, em Santa Catarina”, revela Rezende.

Loja de Autopeças

A **Auto Peças Londrina**, ao longo dos seus 57 anos, oferece soluções em autopeças para o mercado de Londrina e região. “Ser novamente a empresa mais lembrada pelo londrinense é o reconhecimento de um trabalho sério e responsável, onde buscamos entregar sempre produtos de qualidade e uma ótima experiência de compra proporcionada por uma equipe técnica e especializada”, afirma Silvana Martins Cavicchioli, gerente administrativa. Atualmente, a Auto Peças Londrina possui duas lojas físicas, uma em Londrina e outra em Cambé, e conta com um dos maiores estoques de produtos da região, com peças para todos os tipos de veículos e de todas as montadoras. O atendimento é realizado presencialmente, por telefone e por WhatsApp, de maneira ágil e precisa, com sistema rápido de entregas para Londrina, Cambé e Ibiporã. “Receber o Top de Marcas é motivo de orgulho e de muita responsabilidade para toda a equipe Auto Peças Londrina”, comenta.

Revenda de Veículos Seminovos

A **Metronorte** também leva o prêmio de revenda seminovos mais lembrada pelos londrinenses. “Com nossas atuais instalações, a capacitação dos profissionais e a qualidade do estoque, estamos contribuindo para elevar o padrão do comércio de seminovos em nossa região. Percebidos pelos nossos clientes de veículos multimarcas, estes diferenciais se refletem em mais um Top de Marcas neste segmento tão competitivo”, afirma Vilson Basseto, diretor comercial. “O compromisso com a satisfação dos clientes e com a atualização tecnológica de toda a estrutura das lojas é marca registrada do Grupo Metronorte, ações fundamentais para o seu atual reconhecimento e alcance no setor automobilístico de carros novos e seminovos do país”, destacou Basseto.

BATERIA AUTOMOTIVA

MOURA



REIFOR



ELETRAN



CONCESSIONARIA

METRONORTE



MARAJÓ



NORPAVE



LOJA DE AUTOPEÇAS

AUTO PEÇAS LONDRINA



GEVASCO



AUTO ZONE



REVENDA MULTIMARCAS

METRONORTE



MARAJÓ



CIPASA





Top Bebidas



PARA MARCAR OS BONS MOMENTOS DO DIA

UMA BEBIDA SEMPRE É BEM-VINDA. DAS FESTAS DE COMEMORAÇÕES AO INÍCIO DO DIA COM A INDISPENSÁVEL XÍCARA DE CAFÉ COM LEITE OU UM SUCO DE LARANJA. AS BEBIDAS SÃO SIM UM SÍMBOLO INDISCUTÍVEL DE CONVIVIALIDADE! OS LONDRINENSES ELEGERAM PARA O TOP DE MARCAS AS BEBIDAS QUE MARCAM OS BONS MOMENTOS E ESTÃO MAIS PRESENTES NO SEU COTIDIANO. DO VINHO AO REFRIGERANTE, PASSANDO PELAS CERVEJAS E ÁGUA MINERAL, A TRADIÇÃO E A PRESENÇA NO DIA A DIA DO CONSUMIDOR DEFINEM AS ESCOLHAS, ALÉM DA QUALIDADE QUE INSPIRA O VOTO DE CONFIANÇA.



3 corações

CAFÉ ITAMARATY O SABOR INIGUALÁVEL



AGRADECEMOS A PREFERÊNCIA
DOS LONDRINENSES COMO A
MARCA MAIS LEMBRADA



WWW.CAFEITAMARATY.COM.BR



Top Bebidas

Água Mineral

A **Crystal** é a água mineral mais lembrada pelo londrinense. “Em uma categoria com mais de 30 marcas competindo, estar presente como líder na mente do consumidor é uma grande conquista. O Paraná é uma região muito significativa em volume para Coca-Cola FEMSA Brasil, e os londrinenses são relevantes em nossa base de consumidores”, destaca a companhia. A empresa reforça que a Crystal investe em campanhas de marketing eficazes e se destaca pelas práticas sustentáveis como o uso de embalagens 100% recicladas que refletem o compromisso da marca com a responsabilidade social. “Apesar dessas ações serem importantes, a confiança em um produto seguro e de qualidade vem em primeiro lugar, e Crystal é referência”, ressalta a empresa.

Café

A **Itamaraty** segue invicta como a marca mais lembrada pelo londrinense quando pensa em café. “Acreditamos no poder da comunicação transparente e no impacto positivo que podemos gerar na sociedade. Para tanto, mantemos um diálogo constante com nossos colaboradores, clientes e a comunidade em geral”, afirma José Afonso Dias Vieira Junior, gerente comercial da filial Londrina da Café 3 Corações, que detém a marca Café Itamaraty. “Ser uma marca de referência para os londrinenses é motivo de grande orgulho para todo o Grupo 3 Corações e, em especial, para a marca Itamaraty. Isso demonstra que nossos esforços em oferecer produtos de qualidade, construir relacionamentos sólidos e contribuir para o desenvolvimento da comunidade têm sido valorizados. A premiação nos inspira a buscar a excelência em tudo o que fazemos e nos impulsiona a continuar investindo em inovação, sustentabilidade e responsabilidade social, sempre com o compromisso de gerar valor para toda a cadeia socioeconômica”, destacou.

Cerveja

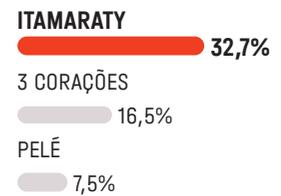
Neste segmento, duas marcas ficaram empatadas, a **Skol**, vencedora em várias edições do Top de Marcas, e a estreada **Heineken** que ampliou a lembrança da marca na memória do londrinense. Em 2024, a Skol celebrou seus 60 anos com a campanha "60 anos descendo redondo", destacando seu papel de transformar momentos comuns em experiências épicas. A marca realizou a promoção "Quero Publi", incentivando os fãs a resgatarem suas fotos com Skol postadas nas redes sociais e presenteando-os com vouchers no Zé Delivery. Para fechar e celebrar essa conexão, a marca levou as fotos dos fãs e consumidores para os telões da Times Square, reverenciando as histórias que fazem parte desses 60 anos. “Ser uma marca reconhecida pelos londrinenses mais um ano como referência é um reflexo da nossa conexão genuína com o consumidor, baseada em momentos leves e memoráveis”, comenta Felipe Cerchiari, diretor de marketing.

A Heineken, representada em Londrina pela Franco Distribuidora, vem consolidando uma trajetória de crescimento na memória do consumidor. Atendendo 76 cidades no norte do Paraná, a distribuidora adota diversas iniciativas que buscam criar uma conexão sólida com seus colaboradores, clientes e a comunidade em geral. “Ser uma marca de referência em Londrina no seu segmento de mercado e ter o reconhecimento da sociedade representa um conjunto significativo de valores e oportunidades, fortalecendo nossa posição estratégica no mercado”, salienta Rafaela de Souza Testa, trade marketing da Franco Distribuidora que conta com uma base de mais de 6,4 mil clientes e comemorou neste ano uma evolução de 12% na distribuição dos produtos.

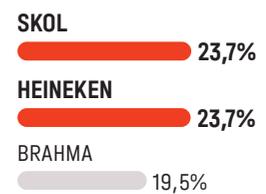
ÁGUA MINERAL



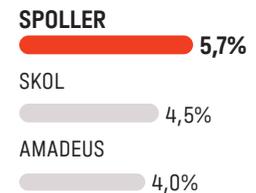
CAFÉ



CERVEJA



CERVEJA LONDRINENSE



CONHEÇA AS MARCAS VENDEDORAS DESTA CATEGORIA EM 2024

Cerveja feita em Londrina

A Cerveja **Spoller** nasceu em 1997 e cresceu em Londrina a partir de 2004. Vinte anos depois, continua a se orgulhar de chamar essa cidade de lar, ao ponto de alcançar a liderança como a marca local de cerveja mais lembrada pelos londrinenses. A produção das cervejas acontece em um dos maiores parques industriais do Brasil, localizado na região sul de Londrina. Com 160 colaboradores diretos e 150 distribuidores, a Spoller mantém sua presença em nove estados do Brasil. Na Industrial Norte Paranaense de Bebidas (INBEB), onde são produzidas as cervejas Spoller, Colina e Serras Gerais, a empresa promove uma gestão humanizada.

Acreditamos no poder da comunicação transparente e no impacto positivo que podemos gerar na sociedade. Para tanto, mantemos um diálogo constante com nossos colaboradores, clientes e a comunidade em geral

“Este ambiente positivo resulta em produtos de qualidade elevada, e a Spoller é reconhecida internacionalmente por isso”, afirma o diretor Nilo Ferrari. Segundo ele, embora a marca tenha pontos de venda em todo o Brasil, suas raízes permanecem firmemente plantadas em Londrina. “Construir relacionamentos sólidos e transparentes com fornecedores e clientes sempre foi parte do nosso ideal. Estamos orgulhosos de fazer parte da história dos londrinenses e animados para continuar a brindar com excelência e todo o sabor que uma cerveja pode oferecer”, completa.

VIVER COM LEVEZA É A NOSSA CARA 🙌



SKQl
DESCE
REDONDO

BEBER COM MODERAÇÃO



Top Bebidas

Leite

A **Cativa** é uma marca muito querida no Paraná e a mais lembrada pelos londrinenses, seguindo invicta na pesquisa Top de Marcas. Desde 2021, o Leite Cativa é envasado pela Lactalis Brasil, a maior empresa de lácteos do mundo. O processamento ocorre em solo paranaense e a matéria-prima vem de produtores ligados à Cooperativa Cativa, organização que tem um contrato de fornecimento de produção de longo prazo com a Lactalis. “Isso permite à produção manter sua essência local e trabalhar com padrões internacionais de qualidade, experiência adquirida pelo grupo em seus 91 anos de atuação em 85 países. O objetivo da empresa com o leite Cativa é entregar qualidade a preço justo”, comenta Guilherme Portella, diretor de Comunicação, CSR e

Assuntos Regulatórios da Lactalis Brasil. “Trabalhamos olhando para o local, mas com a experiência do global. A Cativa é uma marca forte, com excelente aceitação e adesão em seu mercado. A experiência da Lactalis só somou nesse processo. Ser uma marca referência em Londrina e querida pelos consumidores reflete todo nosso cuidado com a qualidade e com a saúde de nossos consumidores, colaboradores e produtores”, destacou.

Refrigerante

A **Coca-Cola** é líder global no mercado de bebidas, mantendo uma forte conexão com consumidores de todas as idades, sendo sempre a mais lembrada também em Londrina. Para gerar esse carinho, a marca foca em entender as necessidades

LEITE

CATIVA

35,8%

TIROL

15,0%

POLLY

9,5%



Coca-Cola

1º LUGAR
Categoria
Refrigerante

crystal 

1º LUGAR
Categoria
Água Mineral



CONHEÇA AS MARCAS VENDEDORAS
DESTA CATEGORIA EM 2024

dos consumidores, oferecendo produtos alinhados aos estilos de vida modernos, como opções com baixo teor de açúcar e embalagens retornáveis. A Coca-Cola investe em campanhas emocionais e em uma presença forte tanto nas mídias tradicionais quanto digitais, além de parcerias locais e eventos. Para estar sempre em evidência, a Coca-Cola FEMSA Brasil inova continuamente, expandindo seu portfólio e melhorando a experiência do consumidor através da tecnologia e da plataforma digital Juntos+. “Manter-se na liderança em cidades do interior do Brasil envolve adaptar estratégias de distribuição e marketing para as particularidades locais, garantindo acessibilidade e presença forte. No Paraná, a Coca-Cola FEMS Brasil, produtora e distribuidora do refrigerante no Paraná, inova conta

Manter-se na liderança em cidades do interior do Brasil envolve adaptar estratégias de distribuição e marketing para as particularidades locais

com uma equipe robusta, dedicada à produção, distribuição, vendas e marketing. A empresa monitora constantemente as preferências locais para ajustar suas estratégias e produtos, atendendo às demandas regionais”, reforça a empresa.

REFRIGERANTE

COCA-COLA

66,9%

REFRIKO

9,8%

GUARANÁ ANTARCTICA

8,2%



Mais uma vez,
o vinho mais lembrado.

A Vinícola Guaravera agradece a confiança por todos esses anos.





Top Bebidas

CONFIRA OS RESULTADOS TAMBÉM NO SITE:

www.topdemarcas.com.br

SUCO DE LARANJA

PRAT'S



NATŪ



TANG



VINHO

GUARAVERA



CAMPO LARGO



CONCHA Y TORO



Suco de laranja

Marcando presença contínua na vida dos londrinenses, a **Prat's** conquista mais um Top de Marcas como o suco de laranja que primeiro vem à memória do consumidor. “A empresa preza pela qualificação de seus colaboradores, com diversos treinamentos e palestras de performance, treinamento pessoal, finanças e qualidade de vida. Na comunidade, realizamos diversas campanhas como a de plantio de árvores, em que doávamos, junto com o suco, sementes. Realizamos doações de livros, de brinquedos, agasalhos e diversificamos bonificações em eventos na cidade, além de outras ações solidárias”, revela Manoela Costa Pinho, marketing da Prat's. Segundo ela, ser vencedora do Top de Marcas se traduz em gratidão. “Sabemos da concorrência do mercado e nos orgulhamos mais uma vez de ser a marca mais lembrada dos londrinenses. Isso é resultado de qualidade, treinamento, investimento e muito esforço. Em razão

disso, sabemos que estamos no caminho certo, sempre em busca da excelência”, diz. A empresa segue em ascensão. Hoje, a marca está presente em quase todas as regiões brasileiras. “Somos mais conhecidos pelo suco de laranja, mas nossos sabores são diversos e, em breve, teremos mais novidades”, afirma.

Vinho

Mais uma vez vencedora no seu segmento, a Vinícola **Guaravera** tem abordado, em suas campanhas de marketing e comunicação em mídias sociais, os aspectos relacionados à sua longa tradição familiar no ramo vitivinícola, trazendo um pouco da história dos seus fundadores e das quatro gerações da família que administra a empresa e fazem parte de toda cadeia produtiva da uva e do vinho. “Esse contexto histórico gera uma aproximação entre empresa, clientes e consumidores e transmite uma maior segurança nas relações comerciais”, afirma Julio Cesar Gazzzi, auxiliar administrativo. “Após 30 anos atuando no mercado de Londrina e região, sempre prezando pelo excelente custo/benefício de nossos produtos, entendemos que esse reconhecimento da sociedade marca o êxito esperado e o retorno do ótimo trabalho que realizamos no atendimento aos clientes e entrega de um produto diferenciado”, diz. A Vinícola Guaravera continua aumentando sua participação no Paraná e São Paulo, estados que formam seus maiores mercados.

Sem perder a Coroa!
Pelo segundo ano consecutivo, a mais amada de Londrina

SPOLLER TOP DE MARCAS 2024
As marcas mais lembradas pelos londrinenses

Facebook: Cerveja Spoller Instagram: @cervejaspoller
SPOLLER É A CERVEJA LONDRINENSE MAIS LEMBRADA NO TOP DE MARCAS 2024 DE LONDRINA.
BEBA COM MODERAÇÃO

Sm marketing

marca Nº1 2024
TOP DE MARCAS 2024

Suco Prats
100% Suco
100% Laranja

Aqui
sua
magia
acontece



Descubra o que tem
em nossa caixa mágica
neste QR Code.



vídeos institucionais · comerciais
podcasts · lives · vídeo aulas · vídeo 360

www.usinadeideias.com.br



**usina
de ideias**

LUZ · CÂMERA · CORAÇÃO



Top Comunicação

INFORMAÇÃO COM CREDIBILIDADE

A VELOCIDADE DOS ACONTECIMENTOS OBRIGA UMA ESCOLHA CONSCIENTE DOS CANAIS DE ONDE A INFORMAÇÃO CHEGA, FILTRADA PELA EXPERTISE DE PROFISSIONAIS DO JORNALISMO, COMPROMETIDOS COM A VERDADE E CHECAGEM DA INFORMAÇÃO. OS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO ELEITOS PELOS LONDRINENSES NO TOP DE MARCAS 2024 TRABALHAM COM A SERIEDADE QUE A NOTÍCIA MERECE, MAS SEM DEIXAR DE LADO O ENTRETENIMENTO, ATRAVÉS DE FIGURAS CARISMÁTICAS E DAS MÚSICAS QUE ALIVIAM AS NOTÍCIAS DO DIA-A-DIA.

Emissora de TV

A comunicação é uma poderosa ferramenta de transformação e conexão. O propósito da **RPC Londrina**, escolhida como a emissora de TV mais lembrada pelo londrinense, vai além de informar. “Buscamos contribuir para o desenvolvimento dos cidadãos e para o fortalecimento da sociedade. Acreditamos que boas histórias constroem vínculos sólidos e promovem impacto positivo. Por isso, trabalhamos com dedicação para oferecer os conteúdos que sejam relevantes e verdadeiros para nossos telespectadores. Sabemos que, em um mundo onde informações falsas se espalham rapidamente, a confiança é essencial. Queremos ser um ponto de referência para quem procura jornalismo ético e independente, com apuração rigorosa”, afirma Marçal Dias Jordan, gerente de jornalismo das regionais e de esportes da RPC. “Londrina é uma cidade importante e estratégica para o Paraná, e estar presente no dia a dia das pessoas evidencia que estamos no caminho certo: levando informação, entretenimento e inspiração, com o propósito de fazer a diferença na comunidade e na vida de cada cidadão que confia em nosso trabalho”, acrescenta.

Jornal impresso

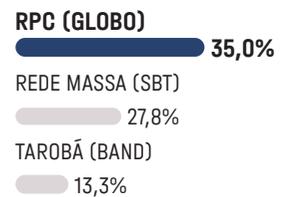
O Grupo **Folha de Londrina**, se mantém ativo e em contínuo movimento dentro do mercado de comunicação. Estratégias de comunicação constantes entre todos os stakeholders permitem fazer conexões que fortalecem a Folha de Londrina, a marca mais lembrada pelo londrinense quando pensa em jornal impresso. “A Folha de Londrina acompanha a Cidade praticamente desde sua formação, sendo o veículo de comunicação que tem defendido o desenvolvimento de Londrina e de todo o interior do Paraná ao longo dos seus 76 anos de existência”, afirma Nicolás Mejía, CEO do Grupo Folha de Londrina. “O mercado da

comunicação tem mudado muito nos últimos anos, ampliando a participação das redes sociais, mas mesmo assim a Folha de Londrina continua líder em circulação impressa no Paraná, assim como também tem grande alcance no formato digital e nas redes sociais, acompanhando os distintos públicos que compõem sua audiência”, comenta.

Portal Local de Notícias

A notícia na velocidade da internet. O **Portal Tarobá** é o mais lembrado do londrinense na hora de saber dos fatos na internet. “Nós estamos em todos os lugares da cidade e da região, onde a notícia está. Chegamos primeiro e noticiamos no ato. Temos credibilidade de um grupo nacional que é filiado à Band, além de buscarmos interagir diretamente com o público”, afirma o gerente do Portal Tarobá, Bruno Carraro. “Fazemos jornalismo, entretenimento e produzimos conteúdo relevante com toda a apuração e profissionalismo que a comunicação exige. Entendemos o nosso público, atendemos às necessidades com prestação de serviços e cobramos as autoridades, trazendo resultados para as comunidades”, afirma. O Portal faz parte do maior grupo de comunicação da região, atuante em diversas plataformas. “É a maior programação local em veículo de comunicação aberta do oeste e norte paranaense, com produção de conteúdos adaptáveis para diversos formatos. Nossa terra nos inspira a contar histórias cheias de credibilidade, com o melhor sobre a vida no Paraná e no mundo para a nossa audiência”, conclui Carraro.

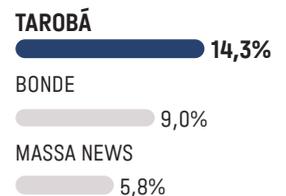
EMISSORA DE TV



JORNAL IMPRESSO



PORTAL LOCAL DE NOTÍCIAS





Top Comunicação



Programa Local de TV

O **Tribuna da Massa**, sob a condução de Felipe Macedo, o Macedão, na Rede Massa SBT, conquistou a performance como o programa de TV local mais lembrado pelos londrinenses em 2024. O programa se destaca nas principais coberturas jornalísticas de Londrina e região, e também se consolida como um programa de grande apelo popular. “O carisma do nosso apresentador consolida um trabalho que vem sendo feito ao longo dos últimos anos, com dinamismo e credibilidade, sendo a principal receita para este case de sucesso. Somado a uma equipe de profissionais dedicados, levando ao telespectador a notícia com agilidade que os novos tempos exigem,

sem deixar de lado a seriedade do bom jornalismo da Rede Massa”, comenta o Diretor Executivo, Mauricio Diniz. Para ele, a conquista alcançada pelo Tribuna da Massa reforça ainda mais o comprometimento com o telespectador londrinense.

Rádio de Música

A **Jovem Pan/Folha FM**, do Grupo RIC, venceu neste ano o Top de Marcas como a rádio de música que primeiro vem à memória. A emissora tem investido em diversas iniciativas para fortalecer a interação com a comunidade. “Ser uma marca de referência para o londrinense é um reconhecimento valioso que vai além do sucesso comercial do Grupo RIC. Isso



PROGRAMA LOCAL DE TV

TRIBUNA DA MASSA (REDE MASSA)

17,7%

MEIO DIA PARANÁ (RPC)

8,7%

TAROBÁ NOTÍCIA (TV TAROBÁ)

5,3%

RADIO DE MÚSICA

JOVEM PAN / FOLHA FM

24,5%

PAQUERÊ 98,9

14,8%

MASSA FM

7,3%

significa que conseguimos estabelecer uma conexão profunda com nossa audiência, construindo confiança e lealdade ao longo dos anos”, afirma Rodrigo Taborda, diretor do Grupo RIC Londrina. “Esse status reforça nosso compromisso em oferecer conteúdo de qualidade e relevante, além de nos motivar a inovar constantemente. Ser reconhecido na sociedade nos impulsiona a exercer com responsabilidade, promovendo iniciativas que beneficiem a comunidade local e a cultura”, analisa. Atualmente, a emissora conta com quase 30 mil ouvintes/hora, dado que a consolida como uma das principais emissoras da região.



Fazemos jornalismo, entretenimento e produzimos conteúdo relevante com toda a apuração e profissionalismo que a comunicação exige. Entendemos o nosso público, atendemos às necessidades com prestação de serviços e cobramos as autoridades, trazendo resultados para as comunidades.

43 3039-5012 @starlusion starlusion.com

16 ANOS FAZENDO A MAGIA ACONTECER

Com anos de excelência, hoje a Starlusion é **referência na produção de todo tipo de evento social.**



STARLUSION
PRODUÇÕES E EVENTOS



Top Comunicação

CONFIRA OS RESULTADOS TAMBÉM NO SITE:

www.topdemarcas.com.br

Rádio de Notícias

A **Paiquerê FM 98.9**, com seus 45 anos de pioneirismo e inovação, tem intensificado suas ações de interação na cidade, sendo a emissora que primeiro vem à cabeça do londrinense quando pensa em rádio de notícias. Além de ser a primeira FM de Londrina, a rádio busca estar presente na vida de seus ouvintes através de ações dinâmicas. “Promovemos eventos culturais, shows que geram interação, engajamento e potencializa a cultura da nossa região. Nossa presença digital, com mais de 5 milhões de visualizações em diferentes plataformas fortalece ainda mais esse relacionamento. Além disso, a rádio promove cam-

panhas de conscientização em datas especiais e se engaja em causas sociais, reafirmando nosso compromisso com a comunidade que servimos há mais de quatro décadas”, afirma Lucimara Spinosa, diretora executiva. Para ela, ser uma marca de referência para o londrinense é uma honra e uma responsabilidade. “Estar em primeiro lugar no pensamento dos ouvintes significa estar profundamente enraizados na vida das pessoas e nos inspira a continuar evoluindo para oferecer sempre o melhor”, diz.

RADIO DE NOTÍCIAS

PAIQUERÊ FM 98,9

30,8%

JOVEM PAN / FOLHA FM

13,0%

TAROBÃ

10,2%



Estar em primeiro lugar no pensamento dos ouvintes significa estar profundamente enraizados na vida das pessoas



Ser a marca mais lembrada
16 anos consecutivos não é
por acaso. É trabalho, dedicação
e compromisso com o cliente.



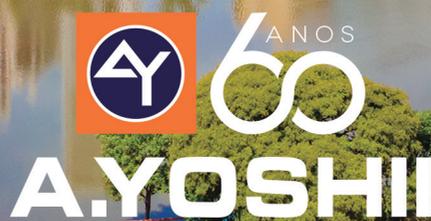
TOP REPUTAÇÃO
CATEGORIA CONSTRUÇÃO



CONSTRUTORA
MAIS LEMBRADA



EMPRESA MAIS
INOVADORA DE LONDRINA





Top Construção

DAS PEQUENAS REFORMAS ÀS GRANDES CONSTRUÇÕES

DESDE A ESCOLHA DO LUGAR ONDE MORAR ATÉ AS PEQUENAS E GRANDES REFORMAS, OS LONDRINENSES BUSCAM EMPRESAS QUE OFEREÇAM SOLUÇÕES E UMA GRANDE OFERTA DE PRODUTOS. OS RESULTADOS MOSTRAM QUE A CREDIBILIDADE DAS MARCAS MAIS LEMBRADAS COINCIDE COM O TEMPO DE MERCADO NA ENTREGA DE EXCELÊNCIA, CONFIANÇA E SOLUÇÕES PARA PESSOAS E PARA OS INVESTIMENTOS.

CONHEÇA AS MARCAS VENDEDORAS DESTA CATEGORIA EM 2024

Construtora

“É uma grande honra ser uma marca de referência para o londrinense no segmento de construção civil, mais uma vez! O apoio que recebemos da sociedade é motivo de muito orgulho”, assim comemora Leonardo Yoshii, CEO do **Grupo A.Yoshii**. Para o executivo, a conquista não apenas confirma a credibilidade e a confiança na marca, mas também reforça o valor dos relacionamentos duradouros construídos com clientes e comunidade. “Estamos profundamente comprometidos com o desenvolvimento local, e esse reconhecimento é um reflexo de nossos esforços contínuos. Além disso, sentimos a responsabilidade de liderar com práticas sustentáveis e iniciativas sociais, inspirando inovação e atraindo talentos que compartilham nossos valores”, continua. Para Yoshii, a premiação

fortalece a base para um crescimento sustentável e reafirma o papel da empresa como um agente positivo na cidade. “É uma motivação a mais para continuarmos a trabalhar em prol do bem-estar da comunidade e a buscar a excelência em tudo o que fazemos”, conclui.

Imobiliária

Em 2024, duas marcas lideraram a memória do londrinense, alcançando o mesmo percentual de lembrança: **Santamérica** e **Mônaco**. Alexandre Moretto, CEO da Santamérica, reforça que a imobiliária nasceu para trazer seriedade ao mercado. “Desde o início, trabalhamos com afinco para a melhoria do setor, agregando diferenciais como instalação de armários no imóvel, ao menos em dois quartos. Outra melhoria foi a junção do IPTU ao aluguel, mantendo o mesmo patamar de

CONSTRUTORA

A.YOSHII

23,2%

PLAENGE

16,0%

MRV

5,3%

IMOBILIÁRIA

SANTAMÉRICA

7,3%

MÔNACO

7,3%

VENEZA

5,8%

Ser a **maior** e a **mais lembrada** imobiliária de Londrina só é possível quando **se tem paixão pelo que faz**.

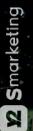
Santamérica,
a **imobiliária**
mais lembrada
de Londrina pelo
12º ANO!

Muito obrigado!



TOP
DE MARCAS
LONDRINA
2024

Entre em contato conosco ☎ 43 3374-5600 🌐 www.santamerica.com.br 📱 [/imobiliariasantamerica](https://www.facebook.com/imobiliariasantamerica)

 Smarketing



pagamento, mas eliminando problemas inerentes à forma antiga de cobrança”, ressaltou. Moretto também destaca o maior valor da empresa que é a integridade. “Esse caminho nos trouxe um diferencial exclusivo: a Garantia Santamérica de bom negócio. Jamais anunciamos um imóvel que não tenha autorização com o objetivo de atrair clientes, por exemplo”, afirmou. Hoje, com 120 funcionários e em crescimento, a Santamérica tem o orgulho de administrar uma das maiores carteiras do Paraná. “Somos movidos pela paixão, que é o que diferencia o comum do extraordinário. E, acreditamos que o reconhecimento do londrinense por nossa marca vem justamente da nossa paixão pelo que fazemos”, salientou.

Para a Monaco, o resultado alcançado vem da tradição de 50 anos no mercado. “Contamos com uma comunicação eficiente e com uma equipe de colaboradores comprometida com resultados e com o bom relacionamento com os clientes. Ter vencido o Top de Marcas, além de ser uma honra, é também a confirmação de que estamos no caminho certo e a resposta da sociedade de que estamos seguindo da melhor forma”, afirmam os sócios Marcos Moura, Lourdes Inês Moura, Bruna Moura, Camila Moura e Sergio Moura. “Uma empresa é construída por uma grande família, que inclui colaboradores, clientes e amigos. São essas pessoas que nos apoiam e auxiliam no nosso crescimento”, afirmam. A Imobiliária Mônaco conta com três unidades na Cidade e emprega mais de 30 colaboradores.

Loja de Material de Construção

“Ser uma marca de referência em Londrina é reflexo do nosso compromisso com a qualidade, inovação e proximidade com o consumidor. A **Leroy Merlin** se posiciona como um ponto de apoio para cada projeto e sonho dos londrinenses, oferecendo um portfólio completo que vai além de produtos e abrange também serviços e soluções que atendem desde pequenas reformas até grandes construções”, diz Willian Cesar Frank, diretor da Regional Sul da Leroy Merlin, marca

mais lembrada quando o assunto é loja de material de construção. O reconhecimento local, segundo Frank, motiva a continuar investindo para tornar as lojas mais do que pontos de venda, mas verdadeiros centros de inspiração e atendimento especializado. “Estar presente no dia a dia da comunidade, colaborando com o desenvolvimento da cidade e promovendo o bem-estar do cliente é uma conquista significativa para a empresa”, afirma. A estratégia omnicanal da empresa é um dos pilares centrais, integrando lojas físicas, e-commerce, televidas, WhatsApp e aplicativo dedicado. No portfólio, mais de um milhão de itens, além de serviços inovadores.

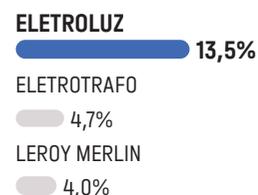
Loja de Material Elétrico

A **Eletroluz**, loja de material elétrico mais lembrada, tem adotado diversas ações para fortalecer seu relacionamento com clientes, colaboradores e sociedade. Internamente, a empresa investe em treinamentos contínuos em um ambiente de trabalho colaborativo, incentivando a participação dos funcionários em iniciativas e campanhas que refletem os valores da empresa. Para os clientes, a Eletroluz desenvolve ações estratégicas para manter um contato próximo e ativo, como atendimento personalizado e conteúdo educativo nas redes sociais, além de campanhas que oferecem soluções sob medida para as necessidades dos consumidores. “Na sociedade nos envolvemos em campanhas que promovem o uso consciente de energia e a eficiência energética, além de iniciativas voltadas à ajuda humanitária. Ser reconhecida como uma marca de referência em Londrina reflete o resultado do trabalho focado na excelência em produtos e serviços, reforçando o compromisso com a qualidade e o bom atendimento”, comenta a gerente de marketing, Lilian Soares.

LOJA MATERIAL DE CONSTRUÇÃO



LOJA MATERIAL ELÉTRICO





Top Educação



O FUTURO NAS MÃOS DOS EDUCADORES

ESCOLHER A INSTITUIÇÃO DE ENSINO É ALGO CUIDADOSO QUANDO É O FUTURO DOS JOVENS QUE ESTÁ EM JOGO, O QUE VALE PARA TODAS AS ETAPAS DO APRENDIZADO, DESDE A PRIMEIRA INFÂNCIA COM AS ESCOLAS DE ENSINO FUNDAMENTAL ATÉ A PÓS-GRADUAÇÃO, NAS MELHORES UNIVERSIDADES. NO TOP DE MARCAS, AS MARCAS DA CATEGORIA EDUCAÇÃO MAIS LEMBRADAS PELOS LONDRINENSES REVELAM UMA ATENÇÃO ESPECIAL NA FORMAÇÃO DE CIDADÃOS RESPONSÁVEIS, CONSCIENTES E PREPARADOS PARA ENFRENTAR OS DESAFIOS DA VIDA PROFISSIONAL.



Top Educação

Colégio Particular

Marca mais lembrada no segmento e invicta no Top de Marcas, o **Colégio Maxi** realiza ações contínuas para fortalecer laços e interagir de maneira significativa com todos os seus públicos. “Valorizamos a parceria entre escola e família, oferecendo experiências enriquecedoras por meio de atividades e eventos pedagógicos, além de palestras e rodas de conversa com as famílias sobre temas relevantes, como saúde e bem-estar, educação de filhos e segurança dos alunos”, explica Débora Durães, diretora-geral. O Maxi tem 38 anos de história em Londrina, tendo participado da educação de gerações. “Temos um compromisso com a excelência educacional e o desenvolvimento integral dos alunos. E esse compromisso é refletido em nossos resultados”, comenta. No ENEM do ano passado, o Colégio Maxi se destacou em Londrina, ocupando o primeiro lugar entre as escolas com mais de 100 alunos participantes.

Cursinho Pré-Vestibular

Há 27 anos, o **Curso Sigma** segue os passos de seu fundador, Jamil Hatti, que em 1996 deu início ao curso pré-vestibular com foco não apenas em resultados, mas no compromisso com a comunidade. Em 2017, expandiu a atuação para o Ensino Médio, e desde então tem sido uma referência em excelência e inovação, com prática de uma cultura afetiva que reflete a essência familiar da escola. Para a equipe e para os irmãos Felipe, Fernanda e Juliana Hatti, mantenedores do Colégio, ser o mais lembrado é resultado de um trabalho comprometido com a excelência acadêmica e o desenvolvimento integral dos alunos. “Este reconhecimento se reflete tanto nas recomendações de alunos e ex-alunos quanto nos nossos resultados de aprovação nos vestibulares mais concorridos e no ENEM. Somos o primeiro lugar no vestibular de medicina da UEL e no ENEM entre as escolas de Londrina. Mas, além dos números, nos destacamos como uma escola que acolhe e cuida dos estudantes, com ações voltadas à

saúde mental, orientação de estudos personalizada e suporte emocional”, afirma Fernanda Hatti, diretora comercial do Colégio Sigma.

Ensino a Distância

Mais lembrada pelo londrinense, a Universidade **Unopar/Anhanguera** possui um modelo acadêmico que propõe o uso de metodologias ativas, com matrizes curriculares iguais para as modalidades presencial e semipresencial. “Temos materiais didáticos e recursos multimidiáticos ofertados pelo Ambiente Virtual de Aprendizagem em que nossos alunos têm autonomia para estudar remotamente com a mesma qualidade incluída nos cursos presenciais e semipresenciais. Para o futuro, estamos atentos às novas tecnologias e tendências em educação para ampliar nossos cursos, tendo como foco o momento atual do aluno”, explica Flávia Frutos, Reitora da Universidade. O objetivo, segundo ela, é buscar sempre consolidar o propósito de capacitar os alunos e colaboradores para que alcancem, enquanto indivíduos, o potencial máximo, superando desafios e construindo sua melhor versão.

Escola de Idiomas

A **Wizard**, marca que alcança maior retenção na memória do londrinense quando pensa em escola de idiomas, tem se empenhado em construir uma reputação sólida por meio de ações de engajamento e incentivo aos alunos a participarem de campanhas de caráter filantrópico e educacional, inserindo o ensino de idiomas no contexto geral. “Compartilhamos histórias inspiradoras e fortalecemos a comunicação com nossos clientes, garantindo uma conexão autêntica e significativa com a sociedade. Ser, mais uma vez, a marca de referência em Londrina em um segmento bastante concorrido, significa consolidar a confiança e a lealdade dos clientes à nossa qualidade e inovação. Isso não

COLÉGIO PARTICULAR

MAXI

23,5%

MARISTA

16,0%

LONDRINENSE

7,8%

CURSINHO PRÉ-VESTIBULAR

SIGMA

21,0%

UEL

8,2%

NEO DNA

2,8%

ENSINO A DISTANCIA

UNOPAR / ANHANGUERA

25,8%

UNIFIL

6,3%

UNICESUMAR

5,8%

ESCOLA DE IDIOMAS

WIZARD

20,2%

FISK

16,2%

CULTURA INGLESA

6,3%

apenas fortalece nossa posição no mercado, mas também nos permite impactar positivamente a sociedade, promovendo desenvolvimento local e criando laços mais fortes com a comunidade”, afirma Ana Claudia Leão, franqueada da unidade Londrina Centro.

Escola Internacional

Marca mais lembrada pelos londrinenses quando pensam em escola internacional, a **St. James'** foi pioneira na cidade. A escola destaca projetos pedagógicos que envolvem a participação ativa das famílias como 'Reading Challenge', onde mães contam histórias para turmas de estudantes e a Feira de Livros que estimula a leitura dentro e fora da escola. A realização de ações solidárias como a organização do Jantar do Bem, em prol de hospitais, e visitas às entidades filantrópicas, com os pais acompanhando os filhos, são exemplos, além da organização da gincana solidária, que arrecada de toneladas de alimentos para doação às entidades carentes. “Ser Top de Marcas reflete o reconhecimento do mercado à nossa seriedade e dedicação. É motivo de orgulho e de entusiasmo para o nosso time”, afirma Márcia Kobayashi, diretora da St. James'. “Temos uma trajetória de 28 anos colhendo frutos no encaminhamento de estudantes londrinenses para as melhores universidades do Brasil e do mundo”, destaca. A St. James', segundo Kobayashi, é a única escola do Brasil a ter dois aceites em Harvard por dois anos consecutivos. “Os primeiros londrinenses aprovados no concorridíssimo vestibular de Medicina do Albert Einstein também são nossos alunos”, revela a diretora.

Escola de Educação Infantil

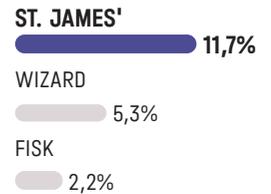
O Peixinho, com 55 anos de atividade, é a escola mais lembrada pelo londrinense quando pensa em educação infantil. “Entendemos educação como uma missão que tem como requisitos principais a qualidade acadêmica, a afetividade, o acolhimento e o incentivo ao desenvolvimento das habilidades socioemocionais das crianças”, afirma Daniele Zoéga Della

Barba, diretora educacional. “Sempre buscamos atuar com responsabilidade, dedicação e amor, comprometidos com o desenvolvimento integral das crianças, e o Top de Marcas tem sido uma forma de reconhecimento da nossa história e do compromisso com as famílias que confiam no nosso legado”, completa. Como novidades do ano, Daniele cita a 'Casinha Lúdica', uma sala idealizada para estimular a imaginação e a criatividade dos alunos. Já no Ensino Fundamental, foi inaugurado o 'Espaço Maker', um ambiente para a realização de atividades extraclasse voltadas para a cultura do 'faça você mesmo'.

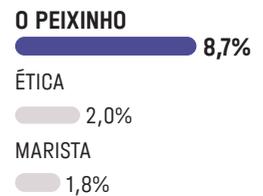
Universidade Particular

Centrada na proposta de life centric, que é tornar a educação mais personalizada e eficiente para todos, de acordo com as necessidades individuais de cada estudante, a **Unopar/Anhanguera** se consolida como a marca mais lembrada dentre as universidades particulares de Londrina. A instituição tem um portfólio completo de cursos que vão da pós-graduação lato e stricto sensu, passando pela graduação, até cursos técnicos, profissionalizantes e livres, com opções personalizadas para diferentes públicos e interesses profissionais. “Em Londrina, temos mais de 22 cursos de graduação presenciais. Com 52 anos de história, contribuimos diretamente também com o desenvolvimento científico da Cidade, por meio dos programas de mestrado e doutorado, como também para a comunidade londrinense como um todo, por meio das nossas Clínicas-Escola na área de saúde, além dos serviços que auxiliam a população em assuntos relacionados à área do Direito”, comenta Flávia Frutos, reitora da Universidade Unopar/Anhanguera.

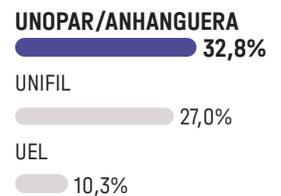
ESCOLA INTERNACIONAL



ESCOLA EDUCAÇÃO INFANTIL



UNIVERSIDADE PARTICULAR





Top Saúde

O BEM-ESTAR INTEGRAL NAS MÃOS DE PROFISSIONAIS DE EXCELÊNCIA

COM SAÚDE NÃO SE BRINCA, JÁ DIRIAM OS MAIS VELHOS, E NA HORA DE CUIDAR DELA, OS LONDRINENSES SE LEMBRAM DE MARCAS COM UMA LONGA TRAJETÓRIA NO MERCADO. ALÉM DA CREDIBILIDADE, PESAM A QUALIDADE DO ATENDIMENTO E A ATENÇÃO ÀS NOVAS TECNOLOGIAS, COM A OFERTA DE PRODUTOS QUE OFERECEM AINDA MAIS SEGURANÇA NOS DIAGNÓSTICOS. EMPRESAS QUE CUIDAM DOS CLIENTES DE MANEIRA INTEGRAL, OFERECENDO APOIO, BONS SERVIÇOS E PRODUTOS ATÉ NOS MOMENTOS MAIS DIFÍCEIS SÃO RECONHECIDAS NA CIDADE.

ACADEMIA DE GINÁSTICA

Manter uma atividade física é tão importante para o corpo quanto para a mente. A **Smart Fit** é a academia mais lembrada pelo londrinense, o que está relacionado, segundo a empresa, à democratização do acesso à atividade física em uma estrutura de alta qualidade, com valores acessíveis e com a tecnologia como aliada. Para Guilherme Costa, diretor de marketing Latam da Smart Fit, o reconhecimento demonstra que a marca está no caminho certo ao oferecer serviços de qualidade aos clientes. “Atribuimos o sucesso da marca à qualidade da nossa entrega e ao fato de conseguirmos proporcionar uma rotina saudável para as pessoas”, comenta. Este ano, a Smart Fit alcançou mais de 1.500 unidades na América Latina, totalizando 4,5 milhões de alunos. Em Londrina opera com duas unidades, uma no Aurora Shopping e outra na Rua Quintino Bocaiuva.

Clínica de Imagem

Comprometida em manter uma comunicação constante e eficiente com todos os seus públicos, o **Lab Imagem** é o mais lembrado quando o assunto é clínica de imagem. “Implementamos práticas de transparência interna, oferecendo feedback contínuo aos colaboradores, além de realizar reuniões de alinhamento e treinamentos. Para os clientes, temos investido em uma abordagem humanizada, com canais de atendimento personalizados, além de facilitar o acesso a exames com agendamento online e maior conforto nas unidades. Também realizamos ações de responsabilidade social, como campanhas de saúde preventiva e apoio a projetos locais, garantindo nossa participação ativa na comunidade”, revela Katlin Marçal, gerente de operações. Segundo ela, ser uma marca de referência para o londrinense é um motivo de grande orgulho. “Nos destacamos pela excelência e inovação, manten-

ACADEMIA DE GINÁSTICA

SMART FIT 6,5%

DRAKO 3,5%

FIRE SPORT 3,0%

CLÍNICA DE IMAGEM

LAB IMAGEM 34,0%

CLINILAB 8,8%

ULTRAMED 5,2%

CONFIRA OS RESULTADOS TAMBÉM NO SITE:

www.topdemarcas.com.br

do padrões elevados de qualidade em nossos exames e atendimento”, comenta. O Lab Imagem opera em mais de 10 unidades na cidade e região.

Farmácia

Construir e manter uma boa reputação é essencial, especialmente na área da saúde, onde a **Vale Verde** trabalha com a centralidade no cliente, alcançando a liderança no segmento. “Atuamos por meio de diversos canais de atendimento, e investimos em treinamento para oferecer atenção de excelência no balcão. Sabemos que quem procura uma farmácia precisa de ajuda e a nossa missão é oferecer o melhor para o cliente”, afirma Rubens Augusto, fundador da rede de farmácias. “A

Vale Verde é Top de Marcas há 28 anos. Ao longo de cinco décadas, a empresa cresceu e se desenvolveu em sintonia com a cidade, sempre priorizando o atendimento aos clientes, impulsionado por inovação e ousadia”, diz. Para festejar os seus 50 anos, a marca vai promover uma corrida de rua no dia 15 de dezembro. Por ano, as farmácias Vale Verde atendem mais de 2,4 milhões de pessoas em todo o norte do estado. São mais de 400 colaboradores nas 6 cidades da região onde estão as 26 lojas da rede. “Sabemos dos desafios do mercado e temos uma visão de um futuro promissor: abriremos duas novas mega lojas até janeiro de 2025 e nos comprometemos a continuar sendo referência em farmácia, saúde, beleza e bem-estar”, conclui o empresário.

FARMÁCIA

VALE VERDE

24,5%

NISSEI

24,3%

DROGAMAIS

11,8%



Na corrida pela saúde, a Unimed é líder isolada.

O plano de saúde mais lembrado de todos os tempos pelos londrinenses inaugurará um hospital, tornando-se uma cooperativa ainda mais completa. Um presente para Londrina, um agradecimento para você!



TOP 2024
DE MARCAS

As marcas mais lembradas pelos londrinenses



FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO

LONDRIFÓRMULAS

20,5%

PHLORACEAE

13,5%

VALE VERDE

8,3%

HOSPITAL

EVANGÉLICO

43,7%

UNIVERSITÁRIO (HU)

20,5%

SANTA CASA

8,8%

LABORATÓRIO MÉDICO

LAB IMAGEM

19,5%

OSWALDO CRUZ

15,5%

CLINIMAGEM

6,0%

PLANO ASSISTENCIAL

UNIPAX

14,8%

GRAM

11,3%

CENTRAL

3,3%

Farmácia de Manipulação

Eleita mais uma vez a marca mais lembrada pelos londrinenses quando pensam em farmácia de manipulação, a **Londrifórmulas** lidera a memória do consumidor há vários anos consecutivos. Na Cidade, atua desde 1987 com foco contínuo em buscar a satisfação dos clientes por meio da manipulação de medicamentos conforme prescrição médica, com ética, profissionalismo e exatidão. “Procuramos sempre inovar e buscar novos mercados, com atendimento personalizado. Planejamos expandir a empresa para novas cidades, sempre com o propósito de atender a população com a máxima qualidade. “É com bastante alegria que recebemos mais um vez o Top de Marcas, o que reflete o nosso reconhecimento pela sociedade”, comenta o diretor da empresa, Evaldo Mendes Taborda.

Hospital

Há 76 anos, o **Hospital Evangélico** de Londrina, líder invicto em lembrança no segmento, constrói uma história que pulsa junto à comunidade. Ao longo dessa jornada, tem acumulado experiência e credibilidade e hoje é o único hospital do Norte do Paraná com a acreditação ONA Nível 3 e o único da região a participar da certificação Qmentum Internacional Canadense. “Essas conquistas são a prova do nosso compromisso com a qualidade e a segurança que tanto prezamos”, afirma o superintendente da Aebel, Eduardo Bistriatini Otoni. Em 2024, o Hospital Evangélico celebra a inauguração do novo 8º andar, um espaço planejado para atender especialidades estratégicas. “Também ampliamos para 54 o número de leitos SUS, reforçando nossa responsabilidade social e o compromisso com a saúde pública”, comenta. Outro avanço foi a aquisição do robô Da Vinci Xi, a mais avançada tecnologia em cirurgia robótica, que situa o Evangélico à frente em procedimentos minimamente invasivos, garantindo maior precisão e segurança aos pacientes. “O reconhecimento da sociedade é resultado do trabalho de uma equipe dedicada de 1.840 colaboradores, que compartilham o propósito de fazer a diferença. Nosso compromisso é oferecer um atendimento onde tradição e inovação caminham juntas”, completa Otoni.

Laboratório Médico

Excelência e inovação nos serviços de diagnóstico por imagem e análises clínicas fazem do **Lab Imagem** vencedor também quando o londrinense pensa em Laboratório Médico. “Nosso diferencial está na constante busca por tecnologias de ponta, parcerias estratégicas com médicos renomados e um atendimento diferenciado para cada segmento, seja ele preventivo, clínico ou especializado”, revela Katlin Marçal, gerente de operações. “A comunicação é personalizada para cada público, com os conteúdos educativos, informativos e de orientação através de nossas redes sociais e em nossa comunicação visual dentro das nossas unidades”, completa. A empresa tem expandido a área de atuação com novas especialidades e tecnologias, sempre focando na qualidade e precisão dos diagnósticos médicos.

Plano Assistencial

A **Unipax**, Top de Marcas como o plano assistencial que primeiro vem à memória da população, tem investido em diversas iniciativas para fortalecer a interação com colaboradores e clientes, realizando encontros periódicos com a equipe para ouvir sugestões e promover um ambiente de trabalho colaborativo. “Além disso, desenvolvemos campanhas de conscientização e ações sociais que envolvem a comunidade, como doações e parcerias com instituições locais, sempre buscando criar um impacto positivo na sociedade”, afirma Heloysa Lopes, coordenadora de marketing do Grupo Nealiança/Aliança Unipax. “Ser reconhecida como uma marca de referência para os londrinenses é um grande orgu-

TOP DE MARCAS 2024
As marcas mais lembradas pelos londrinenses

Agradecemos a todos os nossos clientes e colaboradores, por tornarem isso possível.

Juntos, celebramos pela 23ª vez consecutiva como a marca mais lembrada de Londrina.

LONDRIFÓRMULAS
Farmácia de Manipulação

PLANO DE SAÚDE

UNIMED

51,3%

HOSPITALAR

20,0%

NOTREDAME

1,5%

lho. Isso não apenas reforça nossa missão de oferecer serviços de qualidade, mas também fortalece nossa responsabilidade social”, afirma. Atualmente, a Unipax, que faz parte do Grupo Neoliana/Aliança Unipax, atende 150 mil clientes e é a maior rede de benefícios do Paraná, com 2,5 mil parceiros credenciados e presentes em 105 cidades, com 34 unidades de atendimento.

Plano de Saúde

A **Unimed Londrina** é invicta o plano de saúde que o londrinense mais se lembra. Um reconhecimento que, segundo Dayane Gonçalves Santana Negrisoni, gerente de marketing e comunicação, reflete a confiança da comunidade e comprova que a cooperativa é referência na entrega de serviços de qualidade e relevância, alinhada ao propósito de cuidar das pessoas. “Estar na mente dos cidadãos de Londrina significa que o nosso ‘jeito de cuidar Unimed’, com atenção, carinho e dedicação, está fazendo a diferença na vida dos clientes, dos colaboradores e da comunidade”, diz. Com mais de 50 anos de história, a liderança da cooperativa é amparada em sua participação no mercado regional de planos de saúde. “Investimos continuamente na capacitação de nossos cooperados e colaboradores, garantindo que todos estejam preparados para oferecer o melhor atendimento. Esse compromisso vai além do cuidado médico tradicional, envolvendo também o desenvolvimento de uma infraestrutura moderna e o uso de tecnologia de ponta”, afirma.

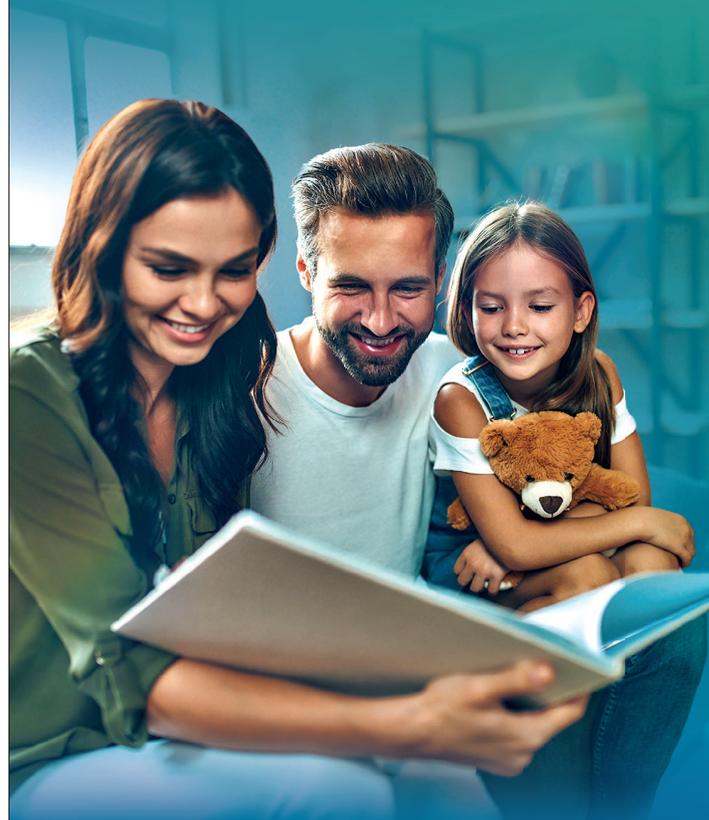
UNIPAX, VENCEDORA DO TOP DE MARCAS 2024

A Unipax tem o orgulho de celebrar a conquista do prêmio **TOP DE MARCAS 2024 como a marca líder em Plano Assistencial Funeral** em Londrina!

Com 25 anos de experiência, nossa missão é sempre buscar inovação e soluções que atendam às necessidades presentes e futuras da sociedade.

Este prêmio reflete a confiança e a parceria de nossos associados. E é com imensa gratidão que comemoramos esse reconhecimento, que fortalece nosso compromisso com a excelência e o cuidado que você e sua família merecem. **Obrigado Londrina por todo apoio ao longo dessa trajetória!**

Além da assistência funeral, a **Unipax oferece uma ampla rede de benefícios que engloba serviços na área de saúde, educação, bem-estar e seguros.** Faça parte do plano mais reconhecido de Londrina e assegure tranquilidade para você e sua família!



UNIPAX

Ao seu lado, nos momentos importantes!



Nada derruba um campeão!

Farmácias Vale Verde, pela **28ª vez consecutiva Top Of Mind!**

Obrigado, Londrina!

anos

vale verde
farmácia + saúde + beleza + bem-estar



Top Serviços



A ARTE DE BEM ATENDER E CONQUISTAR CLIENTES

NA CATEGORIA SERVIÇOS, UMA GAMA DE EMPRESAS E PRODUTOS COMPROMETIDOS COM O BOM ATENDIMENTO E COM A INOVAÇÃO PARA TRAZER UMA MELHOR EXPERIÊNCIA AO CONSUMIDOR. AS MARCAS NESTA CATEGORIA TAMBÉM PREZAM PELO BOM RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES, OFERECENDO SOLUÇÕES QUE CONQUISTA E CRIA FIDELIDADE, ALGO RELEVANTE EM UM MERCADO EM CONSTANTE EVOLUÇÃO E GRANDE CONCORRÊNCIA. EMPRESAS TRADICIONAIS LOCAIS MARCAM PRESENÇA E APRESENTAM UMA EXPANSÃO QUE VAI ALÉM DOS LIMITES DO MUNICÍPIO, CONQUISTANDO PÚBLICOS NO BRASIL E NO EXTERIOR.

Agência de Turismo

A **CVC** não só realiza sonhos de viagem, mas também é uma força transformadora no setor turístico e econômico do Brasil. Em Londrina, é a marca mais lembrada no seu segmento. Com uma sólida expansão de franquias, conta hoje com mais de 80 lojas no Paraná, oferecendo aos clientes paranaenses um atendimento próximo e especializado. “Como líder no mercado, a CVC gera milhares de empregos, fortalece a cadeia do turismo e promove o desenvolvimento de destinos nacionais e internacionais, fortalecendo sempre sua presença no que chamamos de ‘figital’ que conecta e traz o cliente para uma experiência única. Em Londrina e em todo o país, com mais de mil lojas, a CVC é sinônimo de crescimento e compromisso com seus clientes e parceiros”, afirma José Carlos Quilici, master franqueado CVC Paraná.

Autoescola

Há 51 anos no mercado, a **Auto Escola Paraná** é mais uma vez líder em lembrança no seu segmento. “Este posicionamento só vem a confirmar a excelência do nosso trabalho realizado com competência e seriedade, sempre visando o bom atendimento. Temos clientes fiéis desde 1973, atendendo gerações de uma mesma família”, afirma Angela Maria Fudolli, diretora de ensino. “São muitos anos em que permanecemos como a marca mais lembrada em autoescola na cidade e isso nos deixa muito honrados. Sempre procuramos investir para melhor atender nossos clientes com uma equipe bem preparada, inovando para atender sempre melhor”, revela.

Barbearia

Um clube exclusivo para homens elegantes, que gostam de cuidar do seu bem-estar físico, visual e mental. Assim se apresenta a **Jacob's Barbearia**, vencedora do Top de Marcas como a mais lembrada no segmento. “Promovemos esse cuidado especial para nossos clientes e colaboradores, fazendo da Jacob's Barbearia um lugar acolhedor com os melhores profissionais da beleza masculina nas nossas equipes”, reve-

la Jacob dos Santos do Nascimento, diretor-executivo da Jacob's Club Barbearias. “Para nós, é uma imensa alegria estar mais uma vez no topo em nosso segmento, pois a beleza masculina é nossa missão. Só temos a agradecer aos nossos clientes e amigos. Hoje, somos um clube com mais de mil membros e assinantes, o nosso maior orgulho”, comenta. Perto de comemorar 10 anos de fundação, a marca conta com cerca de 40 colaboradores e iniciou o processo de franqueamento.

Cooperativa de Crédito

“É um privilégio saber que somos líder na lembrança do londrinense quando pensa em instituição financeira. Estamos na cidade competindo com grandes bancos e demais cooperativas e nos sentimos lisonjeados em alcançar esta liderança”, afirma Wellington Ferreira, presidente da **Sicredi Dexis**, vencedora no segmento cooperativa de crédito no Top de Marcas. O relacionamento próximo aos associados e à comunidade, agências em pontos estratégicos, produtos e serviços ofertados de forma personalizada, parcerias, patrocínios e ações sociais realizadas pela instituição criam, segundo Ferreira, conexões entre colaboradores, associados e comunidade. “Hoje o cooperativismo de crédito está em mais da metade de cidades brasileiras, contabilizando 20 milhões de associados, principalmente nas cidades de pequeno e médio porte, que são desassistidas pelo sistema financeiro. Liderar em Londrina, uma cidade em desenvolvimento, com várias agências, é algo recompensador para a Sicredi Dexis”, afirma.

Empresa de Consórcio

Para o **Consórcio União**, ser a marca mais lembrada em Londrina desde o início do Top de Marcas, há 29 anos, é uma conquista que reflete 47 anos de muita dedicação, integridade, credibilidade e compromisso com os consorciados. “Esse reconhecimento é especialmente importante porque valida o relacionamento próximo que construímos com os londrinenses. Ser lembrado e confiado como uma solução inteligente, econômica e segura para o planejamento financeiro

AGENCIA DE TURISMO

CVC

34,0%

STRIK

1,8%

VIAÇÃO GARCIA

1,8%

AUTOESCOLA

PARANÁ

34,2%

PRÁTICA

7,5%

CENTRAL

4,7%

BARBEARIA

JACOB'S

2,3%

LONDRES

0,8%

CAMISA 10

0,8%

COOPERATIVA DE CRÉDITO

SICREDI

38,7%

SICOOB

14,8%

CREFISA

3,0%



Top Serviços

e patrimonial, reforça nosso compromisso com o desenvolvimento local”, afirma Rafael Carraro, gerente regional. O Consórcio União tem se dedicado a construir uma presença sólida e de confiança no mercado. Em 2024, cresceu 49% no primeiro semestre, em comparação ao mesmo período do ano passado. “Com esse ritmo de crescimento bateremos mais um recorde histórico de vendas até o final do ano. Atualmente contamos com mais de 75 mil clientes ativos e já entregamos mais de 530 mil bens ao longo da nossa história. Estamos presentes em todo o país por meio de filiais e uma ampla rede de representantes comerciais e temos orgulho de ser uma das administradoras que mais contempla no país, o que nos garante índices de satisfação acima da média nacional”, informa Carraro.

Gráfica

A **Midiograf** se destaca, não apenas como a marca líder em lembrança no segmento, mas também pela inovação em seus produtos e serviços. De acordo com Gabriella Silva, coordenadora de marketing do Grupo Midiograf, a cultura é voltada para o desenvolvimento contínuo dos colaboradores, oferecendo programas de capacitação, saúde e bem-estar. “Temos um canal de comunicação direto, acessível e transparente que garante aos clientes acesso a soluções criativas e personalizadas. Nossa abordagem é centrada nele, o que se reflete na qualidade dos serviços que entregamos e no forte relacionamento que cultivamos ao longo dos anos”, comenta. A sustentabilidade também faz parte da política da empresa, com diversas iniciativas volta-

das para a preservação ambiental e que refletem o compromisso em gerar impacto positivo em todas as áreas de atuação, mantendo um equilíbrio saudável entre o desenvolvimento econômico, o bem-estar social e a preservação ambiental. “Londrina é uma cidade cheia de vitalidade e inovação. Ter crescido ao lado dela ao longo de mais de três décadas reforça nosso compromisso com a qualidade, tecnologia e sustentabilidade”, comenta.

Hotel

Marca bastante tradicional no setor da hotelaria, o **Hotel Bourbon** tem implementado diversas ações para fortalecer sua reputação e engajamento com colaboradores, clientes e sociedade. Dentre eles, José Nilo Lamy, supervisor comercial, destaca iniciativas como treinamentos e desenvolvimento de programas de capacitação para os colaborado-

EMPRESA DE CONSÓRCIO

CONSÓRCIO UNIÃO

52,5%

HS CONSÓRCIOS

4,0%

CONSÓRCIO HONDA

3,3%

GRÁFICA

MIDIOGRAF

11,0%

IPÊ

4,0%

LÍDER

2,8%

HOTEL

BOURBON

25,5%

BLUE TREE

7,7%

CRYSTAL

7,3%

CONSÓRCIO **união**

O JEITO BRASILEIRO DE DONQUISTAR SEU PATRIMÔNIO COMEÇA AQUI!

marca **Nº1** 2024

consorciouniao.com.br (43) 3377-7575



CONFIRA NOSSA
CAMPANHA



viacaogarcia



DEGRAU



Presente na **sua história.**
Na direção do **seu futuro.**

 **VIAÇÃO GARCIA**

VIAÇÃO GARCIA





Top Serviços

CONFIRA OS RESULTADOS TAMBÉM NO SITE:

www.topdemarcas.com.br

MARCAS E PATENTES

LONDON

3,2%

DIREÇÃO

0,2%

NOBRE

0,2%

ÔNIBUS RODOVIÁRIO

VIAÇÃO GARCIA

67,0%

GRANDE LONDRINA

10,3%

BRASIL SUL

4,3%

CABELEIREIRO

FÁTIMA MARTINS

3,8%

LINCOLN TRAMONTINI

2,0%

DIOGO GUERRA

1,3%

res, além da valorização da responsabilidade ambiental e social com práticas sustentáveis como a redução de consumo de água e energia, reciclagem e apoio a projetos sociais. “Ser Top de Marcas tem vários significados para a empresa. A lembrança como uma marca de referência gera confiança e credibilidade entre os clientes, que se sentem mais seguros ao escolher nossos serviços. A valorização da marca também gera mais oportunidades de parcerias e um maior impacto social positivo”, comenta Lamy. A rede Bourbon possui várias unidades em diferentes estados e países, totalizando mais de 20 hotéis. “A expansão não apenas fortalece a marca, mas também aumenta a sua presença e relevância no mercado”, analisa.

Marcas e Patentes

A **London Marcas e Patentes** se consolida como líder na lembrança do londrinense. “Certamente é o reconhecimento do nosso esforço e compromisso com uma entrega respeitosa, ética, eficiente e ágil, onde o engajamento social e a sustentabilidade estão presentes. Esse prestígio reforça o tamanho da nossa responsabilidade, que assumimos com disposição e inovação”, comenta Karen Sinnema, CEO da empresa que completa 34 anos de mercado. Em contínuo crescimento, a London trabalha para que os empresários estejam cada vez mais conscientes da importância da proteção de suas marcas, patentes, softwares, desenhos industriais e direitos autorais. A London está efetivamente presente em 18 estados e 48 países e entende que uma comunicação clara com todos os colaboradores, parceiros, fornecedores aumenta a produtividade, credibilidade e eficiência.

Ônibus Rodoviário

A **Viação Garcia**, que lidera a memória do londrinense e a marca que alcança o maior percentual de lembrança entre todas as líderes da pesquisa, é guiada pelo compromisso de tradição e inovação, mantendo uma conexão autêntica e duradoura com colaboradores, clientes e a sociedade. Em 2024, celebra 90 anos, uma história entrelaçada com a cidade de Londrina, que compartilha com a marca não apenas o ano de fundação, mas a data de aniversário: 10 de dezembro. “Esse legado nos inspira a contar histórias que valorizem nossas raízes e, ao mesmo tempo, a destacar o espírito inovador que move nosso grupo, sempre adaptando nossos serviços e processos de gestão para atender ao público com excelência e modernidade”, afirma Estefano Boiko Junior, vice-presidente. A empresa, segundo Boiko, tem cultivado uma relação de confiança e proximidade com a cidade. “Cada colaborador, fornecedor e cliente que já fez parte dessa trajetória construiu conosco uma história de superação e crescimento coletivo. A cada inovação e melhoria, buscamos não apenas evoluir, mas valorizar o reconhecimento que é fruto de um compromisso com a excelência, seja na qualidade do atendimento ou na segurança e conforto oferecidos aos nossos passageiros”, completa. A Viação Garcia transporta em média 21 milhões de passageiros por ano e opera em cinco estados.

Salão de Cabelereiros

Seis vezes campeão no Top de Marcas, o salão **Fátima Martins** se transforma e se adapta às mudanças do mercado para inovar e oferecer o melhor atendimento aos clientes. “Somos do tempo em que a panfletagem era uma forma de divulgação recorrente. Hoje estamos 90% voltados para a comunicação digital. Mas algo que permanece é a transparência que se reflete em todos os conteúdos que postamos. Não nos preocupamos em seguir tendências passageiras ou inventar modismos. Conhecemos nossos públicos e sabemos que gostam de ver processos reais de transformação em pessoas reais”, afirma Mirian Ariyoshi, sócia proprietária. “Estamos muito honrados com esta nova conquista e comprometidos em oferecer a melhor entrega e a melhor experiência aos nossos clientes”, diz.

Mais um ano em que brilhamos orgulhosos por sermos parte da memória dos londrinenses.

fatima martins
CABELEIREIROS

TOP DE MARCAS LONDRINA 2024
6 VEZES CAMPEÃ

[@fatimamartinscabeleireiros](https://www.instagram.com/fatimamartinscabeleireiros/)

Grupo

MIDIOGRAF

Muito além do impresso



Venha nos
conhecer!



Midio
Store



e-commerce

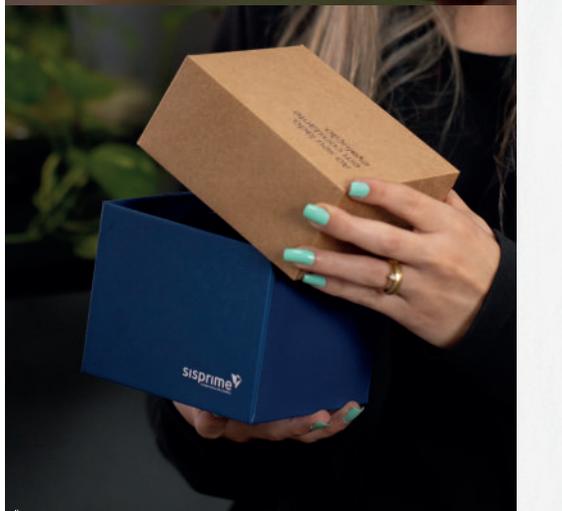
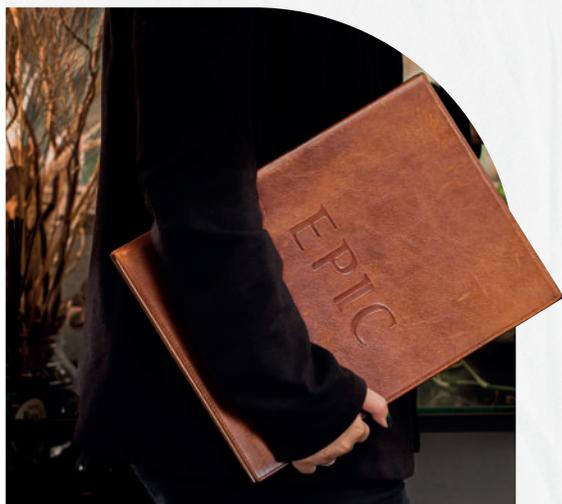


Crescimento e Inovação

Fundada com uma visão ousada e compromisso com a inovação, a Midiograf deu os primeiros passos como uma pequena empresa, mas desde o início já mostrava sinais de que se tornaria pioneira no setor. Apenas um ano após sua fundação, a empresa surpreendeu o mercado ao investir em um software de design gráfico de ponta e um computador avançado – uma iniciativa que, na época, era inédita em Londrina. Essas primeiras aquisições foram cruciais, marcando o início de uma trajetória em que a tecnologia seria mais que uma ferramenta; seria uma parceira na busca por qualidade e excelência.

Na primeira década de atuação, a Midiograf cresceu de uma sala modesta de 30 metros quadrados para uma estrutura de mais de 1000 metros quadrados. Com esse espaço ampliado, trouxe as mais novas tecnologias de impressão para Londrina, fortalecendo-se como referência no setor. Sua estratégia era clara: não apenas acompanhar as tendências, mas liderá-las, antecipando-se às demandas do mercado e elevando o padrão com soluções criativas que superavam as expectativas de seus clientes.

A Midiograf consolidou-se como uma empresa que realiza sonhos, guiada pela inovação e compromisso com a qualidade. Sua trajetória mostra como o investimento em tecnologia e talento pode transformar uma empresa e impactar positivamente o mercado ao seu redor.





Top Telefonia

A TECNOLOGIA QUE CONQUISTA CADA VEZ MAIS CLIENTES

AS EMPRESAS DE TELECOMUNICAÇÕES, ATUANTES EM UM MERCADO ALTAMENTE COMPETITIVO, TÊM SE ESFORÇADO PARA ATENDER A UMA DEMANDA CADA VEZ MAIS CRESCENTE DE CONEXÃO. AS MUDANÇAS TECNOLÓGICAS ATRAEM CLIENTES ATRAVÉS DA INOVAÇÃO, OFERTA DE PRODUTOS E A GARANTIA DE UMA COMUNICAÇÃO CADA VEZ MAIS EFICIENTE, DE ALTO PADRÃO E MUITO RÁPIDA, SEJA PARA AS RESIDÊNCIAS, PARA AS EMPRESAS OU PARA PESSOAS EM MOVIMENTO. NINGUÉM QUER FICAR DESCONECTADO.

Telefonia Fixa

A **Sercomtel** é invicta a vencedora do Top de Marcas no segmento da telefonia fixa, o que demonstra como uma marca pode resistir às transformações do mercado na mente dos consumidores. “Temos muitas histórias de sucesso para compartilhar nesses 56 anos de existência. Recentemente publicamos em nossas redes sociais marcos históricos da trajetória da empresa que são sensacionais”, comenta Agnaldo Aversani, gerente comercial. “A telefonia fixa tem um papel fundamental para a construção desse afeto com a população de Londrina. Hoje ela disputa espaço com outras tecnologias, mas continua tendo um papel importante, principalmente para o ramo empresarial”, comenta. Segundo ele, a posição de liderança não se constrói da noite para o dia, mas sim através de um trabalho consistente e dedicado ao longo dos anos. “Demonstra a confiança que os londrinenses depositam na Sercomtel, construída a partir da qualidade dos serviços, da credibilidade da marca e da relação próxima com a comunidade”, diz Aversani.

Telefonia Celular

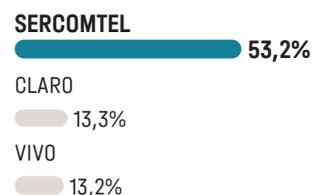
Neste ano, a **Claro** assumiu a liderança do segmento de telefonia celular no Top de Marcas, desbancando a TIM que venceu nos anos anteriores. “Para a marca é motivo de muita alegria receber o Prêmio Top de Marcas neste segmento. Essa premiação demonstra o reconhecimento dos londrinenses e reflete os esforços e investimentos da operadora na cidade”, afirma Marcelo Repetto, diretor regional da Claro para a região Sul. O executivo atribui a liderança aos serviços da Claro, móveis e fixos, que são multicampeões em prêmios. “A estratégia da Claro é centrada no cliente, que é o centro da nossa atenção e a razão maior de tudo que fazemos. Investimos permanentemente para oferecer a melhor experiência e prover soluções que encantam e antecipam tendências”, comenta. Em 2024, a Claro completou 21 anos de mercado e é uma das maiores operadoras de

multisserviços do Brasil, presente em todas as regiões do país. Está em mais de 4,8 mil municípios brasileiros e suas redes disponibilizam serviços a cerca de 98% da população. Os londrinenses contam com 58 sites 5G+ em 40 bairros.

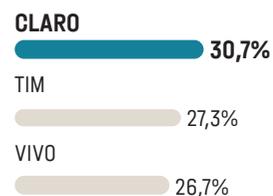
Provedor de Internet

Com mais de 100 milhões de clientes, a **Vivo** conta com um público muito diverso e com interesses distintos. A marca passou a liderar o segmento provedor de internet em Londrina como a mais lembrada no ano. Para Ricardo Vieira, diretor da regional Sul da Vivo, receber esse reconhecimento reforça que os esforços estão sendo percebidos pelos consumidores e a marca tem conquistado o seu espaço entre o público londrinense. “Temos o cliente no centro de nossa estratégia e trabalhamos constantemente para inovar no desenvolvimento de novos serviços, para levar a melhor conexão e para a melhor experiência em todos os pontos de contato”, diz. Mais do que entregar a melhor rede móvel e de fibra ótica, segundo Vieira, existe o cuidado de garantir que o propósito da marca esteja em todos os pontos do contato com os consumidores, seja nas lojas físicas, via call center, por meio do atendimento feito pelos técnicos e técnicas de campo ou nos canais digitais. Ao longo dos últimos anos, a Vivo tem estendido a atuação para diferentes setores. Em Londrina, atende 19 bairros da cidade com os serviços de fibra ótica.

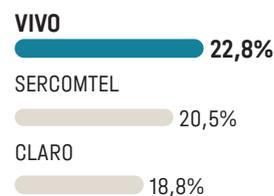
TELEFONIA FIXA



TELEFONIA CELULAR



PROVEDOR DE INTERNET





Top Varejo



O VAREJO QUE SABE COMO CONQUISTAR NOVOS PÚBLICOS

GRANDE MOLA DE DESENVOLVIMENTO PARA A CIDADE, O VAREJO EM LONDRINA MOSTRA TODA A SUA FORÇA COM LOJAS QUE SOBERAM HONRAR A CONFIANÇA DOS CONSUMIDORES. NO TOP DE MARCAS 2024, AS EMPRESAS QUE SE DESTACAM DENTRO DA GRANDE OFERTA DE VAREJISTAS SÃO MARCAS COM UMA ATUAÇÃO FORTE E PRESENTE NA CASA DE CADA LONDRINENSE E QUE CONTINUAM APOSTANDO NA EXCELÊNCIA DO ATENDIMENTO PARA MANTER A CLIENTELA E USAM TÉCNICAS EFETIVAS DE COMUNICAÇÃO PARA CONQUISTAR NOVOS CONSUMIDORES, MARCANDO PRESENÇA NAS LOJAS FÍSICAS E NOS CANAIS ONLINE.

COLCHÕES

CASTOR

47,3%

ORTOBOM

24,0%

ANJOS

2,5%

FLORICULTURA

SHANGRI-LÁ

13,3%

ACÁCIA FLOR

8,2%

BEIJA-FLOR

5,7%

LOJA DE CALÇADOS

AJITA

32,3%

BOLIVAR

9,7%

SERALLÊ

7,7%

LOJA DE MÓVEIS

MÓVEIS BRASILIA

41,2%

CASAS BAHIA

11,2%

MAGAZINE LUIZA

7,0%

Colchões

Sempre à frente, promovendo um ambiente de trabalho inspirador por meio do programa Great Place to Work (GPTW), a **Castor**, a que primeiro vem à memória do consumidor quando pensa em colchão, valoriza o bem-estar e a satisfação de clientes e colaboradores. “Recentemente, demos um passo ainda mais significativo na nossa cultura de sustentabilidade: nos tornamos signatários do Pacto Global da ONU, alinhando nossas práticas aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Esse compromisso reforça nossa missão de crescer de forma responsável, impactando positivamente a sociedade e o meio ambiente”, afirma Helio Antonio Silva, CEO do Grupo Castor. “Ser reconhecida como uma marca de referência em Londrina e na sociedade é uma grande honra. Esse reconhecimento reflete o esforço contínuo em oferecer produtos que proporcionam conforto e qualidade de vida, além de um atendimento próximo e humanizado aos nossos clientes”, comenta Silva. Atualmente, a Castor conta com quatro fábricas e uma rede de mais de 300 lojas pelo Brasil, com cerca de 1,2 mil colaboradores. “Essa trajetória de crescimento nos posiciona como uma marca de confiança, não apenas pelos números, mas pelo impacto positivo que geramos em cada cliente e colaborador”, diz.

Floricultura

Presentear flores é uma gentileza que nunca passa de moda, um ato de delicadeza que faz bem para quem recebe e para quem presenteia. Nesse momento, o primeiro nome que vem à memória é a **Floricultura Shangri-lá**, uma marca de confiança com uma credibilidade construída ao longo de mais de 40 anos de mercado. A referência à história da Cidade já aparece no nome, o mesmo do bairro histórico onde fica localizada. Para o administrador da floricultura, Luiz Alberto Pozza, ser reconhecida como a floricultura mais lembrada pelos londrinenses premia a experiência e a qualidade no atendimento, duas ferramentas potentes de marketing e que têm garantido o sucesso ao longo dos anos. “Continuamos trabalhando duramente para melhor atender nossos clientes, priorizando a pontualidade e cuidado com as entregas”, afirma. A grande oferta de produtos de alta qualidade, como buques, cestas, arranjos e opções de presente, também ajuda a fidelizar os clientes que procuram a Floricultura Shangri-lá para marcar os momentos especiais.

Loja de Calçados

A **Ajita**, vencedora no seu segmento do Top de Marcas 2024, mantém uma relação clara e objetiva com seus colaboradores, ouvindo e investindo em treinamento e tecnologias de comunicação e gestão para melhor atender os clientes. “Mantemos no mercado uma comunicação constante, tanto institucional quanto promocional”, comenta Fabio Yoshimura Ajita, diretor. “Entregamos a promessa de agitar os passos com a moda, mantendo os clientes atualizados com as tendências de calçados, bolsas e acessórios, disponibilizando uma equipe treinada para prestar atendimento com suporte de informação e apoio a dúvidas relacionadas aos produtos e sua utilização. E ainda oferecemos formas de pagamento que facilitam o acesso do consumidor”, diz o executivo, enfatizando os 70 anos da empresa no mercado. “Para manter o foco no entendimento do nosso consumidor, estamos sempre abertos a novos aprendizados e oportunidades de mercado”, finaliza.

Loja de Móveis

Nas lojas **Móveis Brasília**, boas histórias acontecem todos os dias. A loja da família, inspirada em seu fundador, o senhor Francisco Ontivero, tem um jeito todo especial de tratar os clientes, como amigos e pessoas da família. “Ser campeão do Top de Marcas, estar em primeiro lugar como a marca mais lembrada pelos londrinenses durante 20 anos consecutivos, é para nós uma imensa alegria. O reconhecimento do nosso trabalho, da nossa dedicação diária aos clientes, buscando sempre o melhor: o atendimento, a amizade e a satisfação de milhares de famílias que fazem parte da nossa história há mais de meio século”, afirma Fernando Moraes, diretor comercial do Grupo Móveis Brasília. Hoje, o grupo conta com mais de 120 lojas

OBRIGADO LONDRINA

TOP DE MARCAS LONDRINA 2024

ÓTICAS **DINIZ** LONDRINA E REGIÃO

1º Lugar

A Diniz foi por mais um ano seguido a marca que primeiro vem à lembrança quando o londrinense pensa em cuidado visual.

#OTICADINIZLONDRINAEREGIAO



Top Varejo

no Sul do país e mais de 800 colaboradores, com uma comunicação humanizada, dinâmica e assertiva, oferecendo produtos e soluções para o dia a dia dos clientes.

Ótica

Para a **Óticas Diniz**, ser reconhecida como a marca mais lembrada pelos londrinenses no seu segmento representa um enorme prestígio e responsabilidade. “Este reconhecimento reflete a confiança da comunidade em nossos serviços e produtos, reforçando o papel da empresa como uma autoridade local em saúde visual”, afirma Fernanda Fernandes Ribeiro Ludgero, responsável pelo marketing das Óticas Diniz em Londrina e região. “Isso não só fortalece a fidelidade dos clientes locais, mas também consolida a nossa imagem na sociedade como uma marca comprometida com o bem-estar e a inclusão social. Esse status de referência impulsiona a rede a manter altos padrões de atendimento e inovação, solidificando seu espaço no

mercado e reafirmando sua relevância em Londrina e outras regiões do Brasil”, completa. No campo social, a empresa destaca a campanha Diniz Social visa reduzir a evasão escolar causada por problemas de visão. Através da iniciativa, são fornecidas consultas oftalmológicas gratuitas e óculos de grau para crianças de baixa renda. “Essas ações reforçam seu papel de liderança no mercado e sua missão de promover a saúde visual e o bem-estar dos brasileiros”, comenta Fernanda Ludgero.

Loja de Produtos de Limpeza

Ser a Top de Marcas em 2024 representa para a **Tubarão Limpeza** o resultado do trabalho voltado a oferecer o melhor atendimento ao cliente. A empresa passou a liderar o segmento neste ano. Para divulgar produtos e ações, a Tubarão investe em marketing digital e na participação ativa em eventos do setor. “Temos nos esforçado imensamente na busca da excelência no atendimento em nossa loja presencial, no telefone, no

ÓTICA

DINIZ

32,5%

VISION

6,7%

CAROL

4,8%

PET SHOP

PETZ

3,5%

COBASI

3,3%

AGRO TETTUS

3,2%

LOJA PROD. LIMPEZA

TUBARÃO

7,2%

LONDRILIMP

6,7%

CASA DA LIMPEZA

2,5%

SHOPPING CENTER

CATUAÍ

52,5%

BOULEVARD

21,3%

LONDRINA NORTE

13,5%



VAI
CONTANDO
AI!

20

VINTE VEZES
CONSECUTIVAS



Móveis Brasília é campeã do
Top de Marcas pela vigésima vez.
Obrigado Londrina!

PROMÍDIA



Obrigada!

A floricultura que não sai da cabeça dos **londrinenses!**
Obrigada por mais um ano sendo Top de Marcas.

FLORICULTURA SHANGRI-LÁ

@floricultura.shangrila
(43) 9 9991-9412

marca **TOP** 2024

CONFIRA OS RESULTADOS TAMBÉM NO SITE:

www.topdemarcas.com.br

WhatsApp e nos atendimentos realizados pelo nosso time comercial externo”, afirma Silvano Marcelino Ferrari, diretor-executivo do Grupo Tubarão Limpeza. “Somos uma empresa que tem um crescimento anual na casa dos 25% ao ano e, nos últimos três anos, triplicamos nosso faturamento, o que demonstra a nossa expansão na cidade”, comemora.

Pet Shop

O Grupo **Petz** é o maior e mais completo ecossistema do segmento pet brasileiro e possui mais de 250 lojas nas cinco regiões brasileiras. Em Londrina, é o Pet Shop mais lembrado pela população, com loja localizada na região Sul. “Investimos cada vez mais em desenvolver produtos de marca própria, o que garante a qualidade do que estamos comercializando e devolve a confiança que nossos clientes depositam em nosso trabalho. É muito significativo o reconhecimento da sociedade londrinense e seguiremos trabalhando para manter essa confiança”, afirma Natassia Ruas, coordenadora de marketing. Neste ano, a Petz registrou um aumento de 21% no número de clientes ativos no online e 76 mil adoções de animais pelo programa Adote Petz.

Shopping Center

Oferecer a Londrina e região momentos memoráveis, experiências inesquecíveis e bem-estar, atuando sempre com vanguardismo. É com este propósito que o **Catuai Shopping** conquista, mais uma vez, o Top de Marcas no seu segmento. “Nós amamos servir nossa cidade e este reconhecimento não só nos orgulha e nos deixa gratos, como nos mostra que estamos no caminho certo: aquele em que o cliente está em primeiro lugar”, afirma Rafael de Lima Sobrinho, gerente de marketing do Catuai Shopping Londrina. Hoje, o Catuai faz parte da Allos, a maior companhia de shoppings da América Latina. Entre as ações de destaque está o Catuai Transforma, um projeto ambiental que visa cuidar da cidade em diversas frentes, como a destinação de resíduos na coleta seletiva, o cultivo de hortaliças para distribuição gratuita aos colaboradores, a coleta e destinação de tampinhas, óleo de cozinha, eletrônicos, pilhas e baterias, e o aumento das estações de carregamento para carros elétricos. Outra frente é a realização de grandes eventos pelo próprio shopping. “Ser porta de entrada no norte do Paraná para marcas nacionais e internacionais também é uma credencial que torna o Catuai responsável pelo desenvolvimento da cidade”, comenta.



A **Castor** é 1º Lugar
pela 21ª vez, a preferência dos
londrinenses em colchões.

Obrigado!

Castor®

Um sonho de colchão.



TOP
DE MARCAS

2024

As marcas mais lembradas
pelos londrinenses



alimentação

BUFFET

MARCAS	2024	2023	2022
PLANALTO	18,7%	21,0%	25,3%
ATLÂNTICO	5,0%	5,8%	3,8%
LAGUNA	3,3%	3,2%	2,8%
ELITE	1,3%	2,7%	3,7%
MÖRESS	0,8%	1,2%	2,3%
OUTROS	11,2%	7,5%	3,3%
NÃO LEMBRA	59,7%	58,6%	58,8%

CHURRASCARIA

MARCAS	2024	2023	2022
CHIMARRÃO	31,8%	30,5%	27,3%
GALPÃO NELORE	10,8%	13,0%	16,5%
LIMOZINI	10,0%	7,7%	7,3%
NATIVAS GRILL	8,8%	4,2%	—
VENTO SUL	4,0%	3,0%	8,5%
OUTROS	12,5%	16,2%	7,8%
NÃO LEMBRA	22,1%	25,4%	30,1%

SORVETE

MARCAS	2024	2023	2022
KIBON	33,3%	36,7%	29,6%
SÁVIO	32,7%	33,5%	30,1%
GELA BOCA	5,0%	3,8%	5,2%
GELONI	3,7%	4,8%	5,2%
NESTLÉ	3,7%	2,8%	3,0%
OUTROS	11,7%	9,8%	9,8%
NÃO LEMBRA	10,0%	8,9%	17,1%

PANIFICADORA

MARCAS	2024	2023	2022
PANDOR	7,0%	7,3%	8,8%
HOLANDESA	4,5%	4,7%	6,3%
DÉLIKA	3,2%	4,0%	—
TRUFADA	3,0%	—	—
CENTRAL	2,2%	4,2%	2,3%
OUTROS	47,0%	45,7%	32,6%
NÃO LEMBRA	33,1%	30,8%	44,0%

PIZZARIA

MARCAS	2024	2023	2022
BORELUCCIO	7,5%	6,7%	7,3%
PIU BELLA	5,2%	5,2%	7,3%
VULCANO	4,8%	7,2%	7,0%
PIZZA HUT	4,5%	7,2%	8,7%
FIORELLA	4,3%	—	—
OUTROS	51,3%	51,3%	38,4%
NÃO LEMBRA	22,4%	22,4%	26,6%

RESTAURANTE CHINÊS

MARCAS	2024	2023	2022
TAIWAN	14,8%	19,2%	12,8%
CHINA IN BOX	9,3%	10,0%	14,5%
JIN JIN WOK	5,0%	7,7%	6,8%
KOZAN SUSHI	2,2%	—	—
TAI PEI	2,2%	2,3%	1,5%
OUTROS	19,8%	13,0%	10,5%
NÃO LEMBRA	46,7%	46,6%	51,1%

RESTAURANTE ITALIANO

MARCAS	2024	2023	2022
BOLLOGNA	5,0%	5,5%	4,7%
ROSSO POMODORO	4,3%	1,5%	—
ITALIANINHO	3,7%	4,3%	3,3%
LA GONDOLA	3,2%	3,8%	5,2%
BAROLO TRATTORIA	1,7%	2,2%	2,5%
OUTROS	9,0%	8,7%	12,3%
NÃO LEMBRA	73,1%	74,0%	69,7%

RESTAURANTE JAPONÊS

MARCAS	2024	2023	2022
SUGOI	7,7%	7,7%	7,7%
MATSURI	5,7%	3,0%	3,0%
KOZAN SUSHI	3,8%	4,8%	6,5%
TAIWAN	2,8%	—	—
DACHÔ SUSHI	2,5%	—	—
OUTROS	18,8%	16,0%	20,0%
NÃO LEMBRA	58,7%	63,0%	61,1%

RESTAURANTE SELF-SERVICE

MARCAS	2024	2023	2022
DÃ LICENÇA	8,8%	11,3%	10,6%
O CASARÃO	4,2%	3,7%	4,7%
MINAS DE OURO	3,3%	—	—
O MINEIRO	3,0%	7,2%	5,3%
ITALIANINHO	2,7%	—	—
OUTROS	49,0%	41,7%	34,6%
NÃO LEMBRA	29,0%	31,1%	39,3%

SUPERMERCADO

MARCAS	2024	2023	2022
SUPER MUFFATO	48,8%	50,7%	51,6%
SUPER GOLFF	12,5%	9,5%	11,8%
VISCARDI	9,3%	8,0%	8,2%
TONHÃO	7,5%	8,0%	6,8%
CONDOR	2,8%	6,0%	3,8%
OUTROS	18,7%	17,8%	15,5%
NÃO LEMBRA	0,4%	0,0%	2,3%

HISTÓRICO ACUMULADOS 2022—2024

automóveis

AUTOPEÇAS

MARCAS	2024	2023	2022
AUTO PEÇAS LONDRINA	11,5%	10,0%	9,2%
GEVASCO	7,5%	7,5%	6,7%
AUTOZONE	2,7%	—	—
GUAPORÉ	2,0%	4,3%	2,2%
QUEIROZ	1,5%	1,5%	—
OUTROS	18,7%	20,2%	15,3%
NÃO LEMBRA	56,1%	55,3%	64,4%

BATERIA AUTOMOTIVA

MARCAS	2024	2023	2022
MOURA	32,7%	25,0%	26,0%
REIFOR	6,5%	9,7%	7,0%
ELETRAN	6,2%	5,3%	3,5%
HELIAR	4,0%	2,5%	2,8%
BOSCH	1,7%	1,0%	0,7%
OUTROS	6,7%	9,7%	4,5%
NÃO LEMBRA	42,2%	46,8%	55,5%

CONCESSIONÁRIA

MARCAS	2024	2023	2022
METRONORTE	20,8%	22,5%	20,1%
MARAJÓ	12,2%	15,5%	6,5%
NORPAVE	5,0%	5,3%	4,7%
CIPASA	4,2%	4,5%	—
TOYOPAR	3,8%	—	—
OUTROS	21,2%	15,2%	20,8%
NÃO LEMBRA	32,8%	33,3%	39,9%

REVENDA DE CARROS

MARCAS	2024	2023	2022
METRONORTE	10,0%	11,5%	9,3%
MARAJÓ	7,3%	9,0%	6,7%
CIPASA	2,7%	4,7%	4,0%
NORPAVE	2,0%	3,3%	4,3%
CALDARELLI	1,7%	3,3%	2,2%
OUTROS	27,8%	19,3%	16,8%
NÃO LEMBRA	48,5%	48,9%	56,7%

bebidas

CERVEJA FEITA EM LONDRINA

MARCAS	2024	2023	2022
SPOLLER	5,7%	5,2%	3,7%
SKOL	4,5%	2,7%	3,5%
AMADEUS	4,0%	5,2%	5,2%
FÁBRICA 1	3,2%	4,5%	3,7%
COLINA CHOPP	1,8%	3,0%	—
OUTROS	12,5%	12,7%	12,0%
NÃO LEMBRA	68,3%	66,7%	71,1%

LEITE

MARCAS	2024	2023	2022
CATIVA	35,8%	39,7%	36,1%
TIROL	15,0%	16,0%	12,6%
POLLY	9,5%	8,0%	5,8%
PARMALAT	7,2%	7,7%	9,0%
LIDER	6,0%	10,5%	11,6%
OUTROS	18,2%	12,0%	13,1%
NÃO LEMBRA	8,3%	6,1%	11,6%

ÁGUA MINERAL

MARCAS	2024	2023	2022
CRYSTAL	28,2%	27,5%	26,8%
D'FONTE	10,2%	5,3%	8,3%
SAFIRA	4,5%	2,5%	2,3%
LONRITA	3,2%	3,7%	2,2%
NESTLÉ	2,3%	—	—
OUTROS	19,8%	18,2%	12,1%
NÃO LEMBRA	31,8%	38,0%	45,3%

REFRIGERANTE

MARCAS	2024	2023	2022
COCA-COLA	66,9%	59,8%	58,5%
REFRIKO	9,8%	16,2%	16,6%
GUARANÁ ANTARCTICA	8,2%	10,2%	9,0%
FANTA	3,0%	3,3%	2,7%
GUARATUBA	2,8%	2,8%	1,7%
OUTROS	6,8%	6,5%	7,2%
NÃO LEMBRA	2,5%	1,1%	4,3%

CAFÉ

MARCAS	2024	2023	2022
ITAMARATY	32,7%	32,3%	27,8%
3 CORAÇÕES	16,5%	14,5%	14,1%
PELÉ	7,5%	10,0%	7,7%
MELITTA	7,2%	6,7%	7,8%
PILÃO	6,3%	—	—
OUTROS	19,7%	20,0%	17,1%
NÃO LEMBRA	10,1%	7,0%	13,7%

SUCO DE LARANJA

MARCAS	2024	2023	2022
PRATS	27,7%	22,8%	31,9%
NATÚ	16,2%	12,8%	13,0%
TANG	9,7%	20,0%	12,8%
DEL VALLE	7,7%	9,7%	7,2%
NOSLIW	4,8%	4,2%	—
OUTROS	12,0%	11,5%	8,7%
NÃO LEMBRA	21,9%	19,0%	22,9%

CERVEJA

MARCAS	2024	2023	2022
SKOL	23,7%	32,0%	26,6%
HEINEKEN	23,7%	15,3%	14,6%
BRAHMA	19,5%	26,7%	27,5%
AMSTEL	7,0%	8,0%	6,7%
ORIGINAL	2,7%	2,9%	—
OUTROS	15,3%	12,8%	16,5%
NÃO LEMBRA	8,1%	2,9%	5,3%

VINHO

MARCAS	2024	2023	2022
GUARAVERA	26,3%	37,7%	33,4%
CAMPO LARGO	8,0%	11,0%	6,3%
CONCHA Y TORO	3,5%	2,3%	2,2%
SANGUE DE BOI	2,7%	2,0%	2,3%
PASHOETO	2,0%	1,2%	—
OUTROS	19,5%	18,2%	16,0%
NÃO LEMBRA	38,0%	27,6%	38,6%

comunicação

EMISSORA DE TV

MARCAS	2024	2023	2022
RPC (GLOBO)	35,0%	41,3%	46,1%
REDE MASSA (SBT)	27,8%	27,7%	25,0%
TAROBÁ (BAND)	13,3%	13,7%	9,7%
RICTV	12,3%	10,2%	6,5%
CULTURA	0,5%	—	—
OUTROS	2,1%	2,3%	2,3%
NÃO LEMBRA	9,0%	4,0%	9,7%

RÁDIO DE MÚSICA

MARCAS	2024	2023	2022
JOVEM PAN/FOLHA FM	24,5%	16,3%	17,1%
PAIQUERÊ FM 98.9	14,8%	24,3%	21,6%
MASSA FM	7,3%	6,7%	4,7%
TAROBÁ FM	6,8%	3,7%	—
MIX FM	2,5%	—	—
OUTROS	22,4%	19,0%	16,5%
NÃO LEMBRA	21,6%	18,7%	23,0%

JORNAL IMPRESSO

MARCAS	2024	2023	2022
FOLHA DE LONDRINA	53,8%	59,2%	52,4%
JORNAL DE LONDRINA	3,3%	3,8%	—
GAZETA DO POVO	2,3%	3,0%	1,3%
FOLHA DE S. PAULO	0,7%	0,8%	0,7%
JORNAL UNIÃO	0,5%	0,5%	0,3%
OUTROS	2,7%	2,0%	0,2%
NÃO LEMBRA	36,6%	30,7%	44,8%

RÁDIO DE NOTÍCIAS

MARCAS	2024	2023	2022
PAIQUERÊ FM 98.9	30,8%	40,8%	18,6%
JOVEM PAN	13,0%	7,7%	12,3%
TAROBÁ FM	10,2%	5,2%	—
PAIQUERÊ FM 91.7	7,0%	5,2%	—
MASSA FM	4,8%	5,2%	—
OUTROS	19,5%	20,7%	17,6%
NÃO LEMBRA	14,7%	12,3%	25,6%

PORTAL LOCAL DE NOTÍCIAS

MARCAS	2024	2023	2022
TAROBÁ NEWS	14,3%	10,8%	10,0%
BONDE	9,0%	9,0%	13,6%
MASSA NEWS	5,8%	5,7%	4,0%
G1	5,7%	8,8%	—
FOLHA WEB	3,3%	3,2%	5,8%
OUTROS	28,2%	23,8%	16,3%
NÃO LEMBRA	33,7%	38,7%	45,5%

PROGRAMA LOCAL DE TV

MARCAS	2024	2023	2022
TRIBUNA DA MASSA	17,7%	19,0%	11,0%
MEIO DIA PARANÁ	8,7%	13,0%	12,0%
TAROBÁ NOTÍCIA	5,3%	12,3%	5,8%
CARLOS CAMARGO	3,5%	3,5%	—
BALANÇO GERAL	3,2%	5,3%	3,0%
OUTROS	22,0%	14,8%	11,3%
NÃO LEMBRA	39,6%	31,2%	52,6%

**HISTÓRICO
ACUMULADOS
2022—2024**

construção

CONSTRUTORA

MARCAS	2024	2023	2022
A. YOSHII	23,2%	29,5%	22,3%
PLAENGE	16,0%	16,3%	14,6%
MRV	5,3%	7,3%	6,5%
YTICON	4,8%	4,7%	3,3%
VECTRA	3,0%	2,8%	2,7%
OUTROS	11,3%	11,0%	10,0%
NÃO LEMBRA	36,4%	28,4%	40,6%

IMOBILIÁRIA

MARCAS	2024	2023	2022
SANTAMÉRICA	7,3%	11,2%	5,8%
MÔNACO	7,3%	4,3%	4,3%
VENEZA	5,8%	7,7%	4,7%
INGLATERRA	5,2%	—	—
PEREZ	4,2%	6,5%	2,8%
OUTROS	37,0%	30,7%	29,1%
NÃO LEMBRA	33,2%	36,1%	49,2%

LOJA MAT. DE CONSTRUÇÃO

MARCAS	2024	2023	2022
LEROY MERLIN	10,7%	13,0%	11,9%
DEPÓSITO SÃO MARCOS	10,5%	12,7%	10,0%
TODIMO	7,5%	7,8%	6,5%
ROMANI	4,7%	—	—
DEPÓSITO ALVORADA	4,0%	7,0%	2,7%
OUTROS	32,2%	29,5%	22,5%
NÃO LEMBRA	30,4%	24,7%	37,5%

LOJA MAT. ELÉTRICOS

MARCAS	2024	2023	2022
ELETROLUZ	13,5%	17,2%	13,0%
ELETROTRAFO	4,7%	5,5%	4,5%
LEROY MERLIN	4,0%	7,7%	5,3%
ELETR CONDULUZ	3,5%	1,7%	3,3%
ELETR VILLE	1,8%	—	—
OUTROS	22,7%	16,0%	13,1%
NÃO LEMBRA	49,8%	50,8%	59,5%

CURSINHO PRÉ-VESTIBULAR

MARCAS	2024	2023	2022
SIGMA	21,0%	16,8%	21,6%
UEL	8,2%	15,8%	10,6%
NEODNA	2,8%	6,8%	7,7%
MAXI	2,7%	3,2%	5,8%
MEDMAGNO	2,3%	2,3%	3,3%
OUTROS	17,8%	7,0%	4,3%
NÃO LEMBRA	45,2%	48,1%	46,7%

ENSINO A DISTÂNCIA

MARCAS	2024	2023	2022
UNOPAR/ANHANGUERA	25,8%	23,7%	27,5%
UNIFIL	6,3%	10,5%	10,0%
UNICESUMAR	5,8%	7,2%	8,3%
POSITIVO	1,2%	1,7%	—
PUC	1,0%	—	—
OUTROS	10,3%	11,0%	7,3%
NÃO LEMBRA	49,6%	44,2%	43,1%

ESCOLA DE IDIOMAS

MARCAS	2024	2023	2022
WIZARD	20,2%	18,8%	17,1%
FISK	16,2%	15,5%	13,0%
CULTURA INGLESA	6,3%	4,7%	8,2%
CCAA	4,2%	5,3%	4,3%
CNA	2,3%	—	—
OUTROS	11,1%	9,2%	10,1%
NÃO LEMBRA	39,7%	41,5%	39,6%

EDUCAÇÃO INFANTIL

MARCAS	2024	2023	2022
O PEIXINHO	8,7%	9,3%	9,2%
ÉTICA	2,0%	—	—
MARISTA	1,8%	3,7%	4,0%
LONDRINENSE	1,7%	2,5%	2,0%
ALTERNATIVA	1,7%	—	—
OUTROS	45,0%	46,5%	35,1%
NÃO LEMBRA	39,1%	32,3%	44,0%

UNIVERSIDADE PARTICULAR

MARCAS	2024	2023	2022
UNOPAR/ANHANGUERA	32,8%	32,5%	25,5%
UNIFIL	27,0%	27,5%	29,6%
UEL	10,3%	6,2%	10,1%
PUC	8,7%	7,8%	11,3%
POSITIVO	3,2%	—	—
OUTROS	7,7%	9,0%	6,3%
NÃO LEMBRA	10,3%	12,7%	12,7%

COLÉGIO INTERNACIONAL

MARCAS	2024	2023	2022
ST. JAMES'	11,7%	13,5%	17,1%
WIZARD	5,3%	4,7%	4,0%
FISK	2,2%	—	—
MAPLE BEAR	2,0%	2,2%	—
MAXI	1,8%	3,2%	2,7%
OUTROS	16,2%	10,7%	12,3%
NÃO LEMBRA	60,8%	63,4%	56,6%

COLÉGIO PARTICULAR

MARCAS	2024	2023	2022
COLÉGIO MAXI	23,5%	24,8%	25,6%
MARISTA	16,0%	18,7%	18,1%
LONDRINENSE	7,8%	8,0%	6,3%
UNIVERSITÁRIO	5,0%	4,3%	4,8%
ADVENTISTA	4,3%	—	—
OUTROS	27,0%	25,8%	21,3%
NÃO LEMBRA	16,4%	13,7%	19,6%

saúde

ACADEMIA

MARCAS	2024	2023	2022
SMART FIT	6,5%	14,2%	14,6%
DRAKO	3,5%	—	—
FIRE SPORT	3,0%	2,3%	—
DNA FITNESS	2,7%	2,2%	2,7%
VIA SPORT GOLD	2,5%	3,3%	3,2%
OUTROS	39,3%	24,8%	17,0%
NÃO LEMBRA	42,5%	51,5%	58,5%

CLÍNICA DE IMAGEM

MARCAS	2024	2023	2022
LAB IMAGEM	34,0%	28,3%	35,6%
CLINILAB	8,8%	8,5%	4,8%
ULTRAMED	5,2%	6,3%	4,8%
ULTRACLIN	2,0%	3,0%	—
ÔMEGA	0,8%	—	—
OUTROS	5,3%	7,0%	3,5%
NÃO LEMBRA	43,9%	45,9%	49,3%

FARMÁCIA

MARCAS	2024	2023	2022
VALE VERDE	24,5%	34,7%	25,3%
NISSEI	24,3%	23,5%	22,5%
DROGAMAIS	11,8%	10,8%	18,6%
DROGA RAIÁ	10,0%	9,0%	10,0%
SÃO JOÃO	7,5%	—	—
OUTROS	17,5%	11,2%	10,5%
NÃO LEMBRA	4,4%	6,0%	7,8%

FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO

MARCAS	2024	2023	2022
LONDRIFÓRMULAS	20,5%	18,0%	15,6%
PHLORACEAE	13,5%	9,7%	13,5%
VALE VERDE	8,3%	14,7%	9,2%
PHARMADELLE	3,0%	3,8%	2,7%
PASSIPHORA	1,8%	2,0%	—
OUTROS	8,3%	5,0%	4,3%
NÃO LEMBRA	44,6%	46,8%	53,4%

HOSPITAL

MARCAS	2024	2023	2022
EVANGÉLICO	43,7%	38,5%	30,8%
UNIVERSITÁRIO	20,5%	28,5%	22,5%
SANTA CASA	8,8%	12,3%	9,0%
HOSPITAL DO CORAÇÃO	7,7%	6,5%	13,6%
HOSPITAL DO CÂNCER	3,5%	—	—
OUTROS	11,0%	8,5%	13,1%
NÃO LEMBRA	4,8%	2,5%	6,0%

LABORATÓRIO MÉDICO

MARCAS	2024	2023	2022
LAB IMAGEM	19,5%	18,3%	23,0%
OSWALDO CRUZ	15,5%	14,2%	10,5%
CLINILAB	6,0%	3,5%	4,5%
ULTRAMED	3,5%	3,8%	4,0%
SABIN	3,0%	2,5%	3,8%
OUTROS	12,2%	9,5%	3,8%
NÃO LEMBRA	40,3%	48,2%	50,4%

PLANO ASSISTENCIAL

MARCAS	2024	2023	2022
UNIPAX	14,8%	16,3%	11,6%
GRAM	11,3%	13,0%	13,3%
CENTRAL	3,3%	—	—
C2	3,3%	5,0%	4,2%
LUTO UNIÃO	2,8%	4,7%	2,5%
OUTROS	12,5%	13,0%	10,5%
NÃO LEMBRA	52,0%	44,7%	55,2%

PLANO DE SAÚDE

MARCAS	2024	2023	2022
UNIMED	51,3%	54,2%	57,7%
HOSPITALAR	20,0%	8,5%	6,7%
NOTRE DAME	1,5%	—	—
HUMANA SAÚDE	1,3%	—	—
UNIPAX	1,2%	1,8%	1,5%
OUTROS	8,0%	12,2%	8,3%
NÃO LEMBRA	16,7%	20,8%	23,3%

Serviços

AGÊNCIA DE TURISMO

MARCAS	2024	2023	2022
CVC	34,0%	30,2%	30,0%
STRICK	1,8%	1,2%	—
VIAÇÃO GARCIA	1,8%	3,8%	2,8%
CANDEIAS	1,5%	1,5%	1,5%
ALBATROZ	1,5%	1,5%	3,5%
OUTROS	11,8%	11,2%	9,3%
NÃO LEMBRA	47,6%	50,6%	50,9%

AUTOESCOLA

MARCAS	2024	2023	2022
PARANÁ	34,2%	40,7%	40,3%
PRATIKA	7,5%	4,0%	4,7%
CENTRAL	4,7%	4,0%	—
OURO BRANCO	4,5%	7,0%	3,3%
LONDRINENSE	3,8%	3,3%	3,0%
OUTROS	17,7%	16,2%	14,0%
NÃO LEMBRA	27,7%	24,8%	31,9%

BARBEARIA

MARCAS	2024	2023	2022
JACOB'S	2,3%	2,2%	3,5%
LONDRES	0,8%	—	—
CAMISA 10	0,8%	—	—
PRADO	0,7%	—	—
CLÁSSICO	0,7%	—	—
OUTROS	37,0%	29,8%	19,6%
NÃO LEMBRA	57,7%	63,8%	72,5%

CONSÓRCIO

MARCAS	2024	2023	2022
UNIÃO	52,5%	44,7%	40,6%
HS	4,0%	1,8%	2,5%
HONDA	3,3%	6,2%	4,8%
SERVOPA	1,5%	1,7%	1,5%
ADEMICON	0,8%	—	—
OUTROS	9,0%	9,5%	6,7%
NÃO LEMBRA	28,9%	34,6%	42,6%

MARCAS E PATENTES

MARCAS	2024	2023	2022
LONDON	3,2%	2,0%	4,5%
DIREÇÃO	0,2%	—	—
NOBRE	0,2%	—	—
VISION	0,2%	—	—
ABM	0,2%	—	—
OUTROS	3,8%	6,7%	0,5%
NÃO LEMBRA	92,2%	89,9%	93,8%

GRÁFICA

MARCAS	2024	2023	2022
MIDIOGRAF	11,0%	10,5%	11,1%
IPÊ	4,0%	5,5%	5,8%
LÍDER	2,8%	5,2%	2,7%
GRAFMARKE	1,7%	—	—
LEAL	1,2%	—	—
OUTROS	14,5%	12,0%	10,0%
NÃO LEMBRA	64,8%	63,8%	64,9%

HOTEL

MARCAS	2024	2023	2022
BOURBON	25,5%	28,7%	25,5%
BLUE TREE	7,7%	5,7%	6,8%
CRYSTAL	7,3%	6,2%	7,5%
SUMATRA	6,3%	6,2%	5,2%
CEDRO	3,8%	—	—
OUTROS	23,5%	25,8%	20,1%
NÃO LEMBRA	25,9%	23,7%	30,0%

COOPERATIVA DE CRÉDITO

MARCAS	2024	2023	2022
SIREDI	38,7%	35,0%	35,9%
SICOOB	14,8%	13,7%	9,7%
CREFISA	3,0%	—	—
NUBANK	1,5%	—	—
SISPRIME	2,3%	—	—
OUTROS	14,0%	16,0%	9,0%
NÃO LEMBRA	26,7%	25,7%	39,4%

ÔNIBUS RODOVIÁRIO

MARCAS	2024	2023	2022
VIAÇÃO GARCIA	67,0%	66,2%	58,7%
GRANDE LONDRINA	10,3%	14,5%	14,8%
BRASIL SUL	4,3%	3,3%	3,7%
TIL	2,2%	2,0%	4,0%
GUERINO SEISCENTO	1,3%	—	—
OUTROS	4,0%	6,5%	3,5%
NÃO LEMBRA	10,9%	5,8%	13,6%

SALÃO DE CABELEREIROS

MARCAS	2024	2023	2022
FÁTIMA MARTINS	3,8%	5,3%	4,7%
LINCOLN TRAMONTINI	2,0%	—	—
DIOGO GUERRA	1,3%	3,3%	3,2%
ANA MOTA	1,0%	—	—
STUDIO ONE	1,0%	2,2%	2,8%
OUTROS	48,7%	44,8%	29,3%
NÃO LEMBRA	42,2%	40,4%	56,5%

**HISTÓRICO
ACUMULADOS
2022—2024**

telefonia

PROVEDOR DE INTERNET

MARCAS	2024	2023	2022
VIVO	22,8%	21,3%	27,0%
SERCOMTEL	20,5%	21,5%	27%
CLARO	18,8%	23,3%	24,8%
TIM	4,2%	6,3%	4,0%
LONDRINET	3,7%	2,8%	—
OUTROS	11,8%	11,0%	11,1%
NÃO LEMBRA	18,2%	13,8%	16,1%

OPERADORA DE CELULAR

MARCAS	2024	2023	2022
CLARO	30,7%	29,5%	21,6%
TIM	27,3%	33,3%	29,6%
VIVO	26,7%	23,7%	22,5%
SERCOMTEL	9,5%	6,7%	7,2%
OI	2,5%	4,2%	15,0%
OUTROS	0,3%	0,3%	0,3%
NÃO LEMBRA	3,0%	2,3%	3,8%

OPERADORA DE TELEFONE FIXO

MARCAS	2024	2023	2022
SERCOMTEL	53,2%	51,7%	53,9%
CLARO	13,3%	14,8%	11,1%
VIVO	13,2%	13,8%	10,3%
TIM	8,2%	11,7%	8,3%
OI	1,7%	2,5%	3,7%
OUTROS	0,3%	0,0%	0,2%
NÃO LEMBRA	10,1%	5,5%	12,5%

varejo

COLCHÃO

MARCAS	2024	2023	2022
CASTOR	47,3%	52,5%	50,7%
ORTOBOM	24,0%	23,5%	20,1%
ANJOS	2,5%	1,8%	2,3%
GAZIN	2,5%	2,8%	2,0%
PROBEL	1,0%	—	—
OUTROS	4,3%	4,0%	3,5%
NÃO LEMBRA	18,4%	14,6%	20,4%

FLORICULTURA

MARCAS	2024	2023	2022
SHANGRI-LÁ	13,3%	11,2%	11,3%
ACÁCIA FLOR	8,2%	3,5%	5,0%
BEIJA-FLOR	5,7%	6,3%	5,8%
PARÁISO	2,0%	2,5%	3,8%
CHEIA DE GRAÇA	1,3%	—	—
OUTROS	12,0%	12,3%	9,5%
NÃO LEMBRA	57,5%	61,5%	63,6%

LOJA DE CALÇADOS

MARCAS	2024	2023	2022
AJITA	32,3%	38,3%	28,1%
BOLIVAR	9,7%	8,3%	11,8%
SERALLÊ	7,7%	8,2%	5,3%
MOCASSIM	5,2%	5,0%	4,5%
ARACALCE	4,2%	—	—
OUTROS	27,8%	26,7%	25,5%
NÃO LEMBRA	13,2%	7,2%	17,5%

LOJA DE MÓVEIS

MARCAS	2024	2023	2022
MÓVEIS BRASÍLIA	41,2%	49,7%	38,6%
CASAS BAHIA	11,2%	12,2%	17,0%
MAGAZINE LUIZA	7,0%	12,3%	8,2%
LOJAS MM	1,8%	1,5%	1,5%
MADEIRAMADEIRA	1,3%	—	—
OUTROS	14,3%	11,8%	12,3%
NÃO LEMBRA	23,2%	10,3%	20,6%

LOJA PRODUTOS DE LIMPEZA

MARCAS	2024	2023	2022
TUBARÃO	7,2%	3,3%	—
LONDRILIMP	6,7%	7,0%	—
CASA DA LIMPEZA	2,5%	—	—
HP	1,2%	—	—
CENTRALLIMP	0,8%	—	—
OUTROS	27,2%	14,7%	—
NÃO LEMBRA	54,4%	66,2%	—

ÓTICA

MARCAS	2024	2023	2022
DINIZ	32,5%	43,3%	41,4%
VISÃO	6,7%	—	—
CAROL	4,8%	4,2%	6,3%
GOUVEIA	4,2%	5,3%	3,0%
VISOLUX	3,0%	—	—
OUTROS	27,2%	23,0%	18,0%
NÃO LEMBRA	21,6%	15,4%	22,6%

PET SHOP

MARCAS	2024	2023	2022
PETZ	3,5%	5,7%	6,2%
COBASI	3,3%	5,0%	7,7%
AGRO TETTUS	2,2%	2,2%	3,0%
COM TOUR	2,2%	1,3%	1,5%
EMPÓRIO DOS ANIMAIS	2,2%	—	—
OUTROS	27,1%	22,3%	15,3%
NÃO LEMBRA	58,6%	61,3%	64,1%

SHOPPING CENTER

MARCAS	2024	2023	2022
CATUÁI	52,5%	44,2%	48,4%
BOULEVARD	21,3%	20,2%	21,8%
LONDRINA NORTE	13,5%	18,8%	13,5%
ROYAL PLAZA	5,3%	10,0%	9,8%
AURORA	2,8%	2,7%	1,8%
OUTROS	2,2%	3,2%	0,2%
NÃO LEMBRA	2,4%	0,9%	4,5%

Top Marcas Corporativas

TOP MAIS LEMBRADA

MARCAS	2024	2023	2022
SUPER MUFFATO	11,8%	13,5%	12,9%
GRANDE LONDRINA	6,5%	6,7%	7,8%
CACIQUE	4,2%	5,0%	4,8%
SERCOMTEL	3,0%	3,2%	3,0%
PLAENGE	2,3%	—	—
OUTROS	64,5%	59,5%	52,6%
NÃO LEMBRA	7,7%	8,4%	17,3%

TOP MAIS AMADA

MARCAS	2024	2023	2022
SUPER MUFFATO	4,5%	5,3%	2,8%
CATUÁI SHOPPING	3,0%	2,7%	—
HAVAN	2,8%	1,5%	2,3%
O BOTICÁRIO	2,2%	—	—
CACIQUE	1,8%	—	—
OUTROS	60,5%	65,0%	44,9%
NÃO LEMBRA	25,2%	21,3%	43,5%

TOP TRABALHO

MARCAS	2024	2023	2022
CACIQUE	2,5%	1,8%	4,0%
PREFEITURA	1,7%	—	—
VIAÇÃO GARCIA	1,5%	2,2%	—
SUPER MUFFATO	1,5%	—	—
GRANDE LONDRINA	1,2%	—	—
OUTROS	47,3%	58,8%	45,1%
NÃO LEMBRA	44,3%	30,7%	41,2%

Top Reputação

TOP ALIMENTAÇÃO

MARCAS	2024	2023	2022
METRONORTE	16,3%	—	—
MARAJÓ	6,5%	—	—
NORPAVE	3,8%	—	—
TOYOPAR	3,3%	—	—
VOLKSVAGEM	1,8%	—	—
OUTROS	30,6%	—	—
NÃO LEMBRA	37,6%	—	—

TOP COMUNICAÇÃO

MARCAS	2024	2023	2022
TAROBÁ	10,5%	—	—
FOLHA DE LONDRINA	9,3%	—	—
REDE MASSA	6,0%	—	—
RPC	4,3%	—	—
PAIQUERÊ FM	3,8%	—	—
OUTROS	12,3%	—	—
NÃO LEMBRA	53,8%	—	—

TOP SAÚDE

MARCAS	2024	2023	2022
UNIMED	28,2%	—	—
HOSPITALAR	9,7%	—	—
EVANGÉLICO	4,7%	—	—
SANTA CASA	1,3%	—	—
H.U.	1,3%	—	—
OUTROS	13,1%	—	—
NÃO LEMBRA	41,7%	—	—

TOP INOVAÇÃO

MARCAS	2024	2023	2022
A. YOSHII	5,5%	3,5%	3,5%
SUPER MUFFATO	4,3%	8,7%	5,3%
PLAENGE	4,0%	2,3%	3,3%
CACIQUE	1,3%	—	—
ATOS	1,2%	—	—
OUTROS	22,8%	36,0%	27,8%
NÃO LEMBRA	60,9%	44,5%	55,7%

TOP AUTOMÓVEIS

MARCAS	2024	2023	2022
METRONORTE	16,3%	—	—
MARAJÓ	6,5%	—	—
NORPAVE	3,8%	—	—
TOYOPAR	3,3%	—	—
VOLKSVAGEM	1,8%	—	—
OUTROS	30,6%	—	—
NÃO LEMBRA	37,6%	—	—

TOP CONSTRUÇÃO

MARCAS	2024	2023	2022
A.YOSHII	13,7%	—	—
PLAENGE	10,2%	—	—
LEROY MERLIN	4,2%	—	—
YTICON	3,8%	—	—
MRV	3,5%	—	—
OUTROS	12,3%	—	—
NÃO LEMBRA	52,3%	—	—

TOP MEIO AMBIENTE

MARCAS	2024	2023	2022
KURICA AMBIENTAL	2,8%	3,7%	2,8%
A.YOSHII	2,5%	—	—
SUPER MUFFATO	2,2%	—	—
PLAENGE	1,5%	—	—
CACIQUE	1,2%	—	—
OUTROS	16,8%	18,7%	18,3%
NÃO LEMBRA	73,0%	71,2%	70,2%

TOP BEBIDAS

MARCAS	2024	2023	2022
COCA-COLA	10,3%	—	—
AMBEV	8,0%	—	—
REFRIKO	7,0%	—	—
AMADEUS	2,5%	—	—
SPÖLLER	2,2%	—	—
OUTROS	17,8%	—	—
NÃO LEMBRA	52,2%	—	—

TOP EDUCAÇÃO

MARCAS	2024	2023	2022
COLÉGIO MAXI	6,7%	—	—
UEL	6,3%	—	—
MARISTA	5,7%	—	—
UNIFIL	5,0%	—	—
UNOPAR/ANHANGUERA	2,7%	—	—
OUTROS	34,9%	—	—
NÃO LEMBRA	38,7%	—	—

TOP SERVIÇO

MARCAS	2024	2023	2022
SUPER MUFFATO	1,5%	—	—
GRANDE LONDRINA	1,2%	—	—
COSTA OESTE	1,0%	—	—
A.YOSHII	1,0%	—	—
CENTRALLIMP	0,8%	—	—
OUTROS	42,0%	—	—
NÃO LEMBRA	52,5%	—	—

TOP TELEFONIA

MARCAS	2024	2023	2022
SERCOMTEL	42,0%	—	—
VIVO	13,7%	—	—
CLARO	11,5%	—	—
TIM	7,7%	—	—
OI	1,2%	—	—
OUTROS	3,4%	—	—
NÃO LEMBRA	20,5%	—	—

TOP VAREJO

MARCAS	2024	2023	2022
SUPER MUFFATO	8,8%	—	—
ATACADÃO	7,5%	—	—
HAVAN	2,2%	—	—
MAGAZINE LUIZA	1,5%	—	—
AMERICANAS	1,5%	—	—
OUTROS	39,7%	—	—
NÃO LEMBRA	38,8%	—	—

**ANO QUE
VEM TEM MAIS.
ATÉ 2025!**

**HISTÓRICO
ACUMULADOS
2022—2024**

PAIXÃO EM TRANSFORMAR E ACELERAR NEGÓCIOS



- Consultoria Empresarial
- Inteligência de Mercado



- Plataforma de Educação Corporativa
- Escola de Gestão



- Comunidades e Pesquisa Digital
- Employee Experience

(43) 3323 3883
litzestrategia.com.br
Av. Ayrton Senna da Silva, 600
Sala 104 - Gleba Palhano
Londrina - PR