EMPRESAS MAIS ADMIRADAS
Marcas corporativas que transformaram confiança em reconhecimento

AS LÍDERES DE CADA PÚBLICO
Conheça as marcas que lideram a lembrança espontânea em segmentos específicos

REALIZAÇÃO CRCOM

TOP DE MARCAS

Desde 1996

18ª EDIÇÃO ESPECIAL

Apucarana 2026



MEMÓRIA NÃO MENTE
Entenda a metodologia que identifica marcas presentes na mente dos apucaranenses

Copyright©2026 Top de Marcas Apucarana
CR-COMComunicação.Todos os direitos reservados.

18 ANOS REVELANDO AS MARCAS QUE FAZEM HISTÓRIA

A trajetória da pesquisa que acompanha a força das empresas na memória dos apucaranenses

PESQUISA
Litz
Estratégia &
Marketing

Editorial

O QUE TORNA **UMA MARCA PERENE**

Uma marca perene é aquela que permanece relevante ao longo do tempo porque combina propósito, confiança, consistência e capacidade de evolução. Mais do que vender produtos ou serviços, ela cria conexões genuínas com as pessoas, age com transparência, inova sem perder sua essência e contribui positivamente para a sociedade e o meio ambiente. É essa união entre relevância, ética e impacto que transforma uma marca em referência duradoura.

Boa leitura.

Cláudia Romariz
Jornalista e Founder of Top de Marcas

04 MARCAS CORPORATIVAS
Mais Lembrada, Mais Amada, Mais Desejada para Trabalhar, Mais Sustentável, Mais Inovadora

08 ALIMENTAÇÃO
Arroz, Feijão, Padaria, Loja de Produtos Naturais, Restaurante Chinês, Restaurante Japonês, Sorveteria, Supermercado

10 AUTOMÓVEIS
Bateria Automotiva, Concessionária de Automóveis, Posto de Combustível, Revenda de Pneus, Revenda de Veículos

14 BEBIDAS
Água, Café, Cerveja, Leite, Refrigerante, Suco de Laranja

17 COMUNICAÇÃO
Emissora de Rádio, Emissora de TV, Jornal, Programa Local de TV, Site Local de Notícias

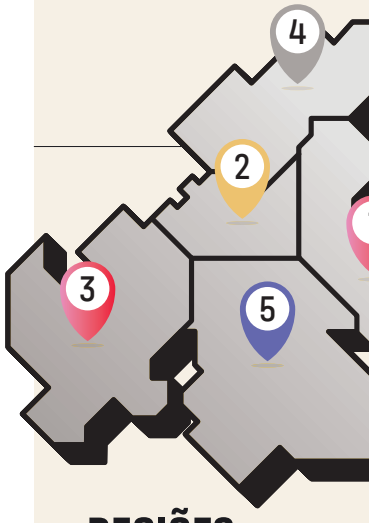
20 EDUCAÇÃO
Colégio Particular, Educação a Distância, Ensino Superior, Escola de Idiomas

24 IMÓVEIS
Construtora, Imobiliária, Loja de Material de Construção, Loja de Material Elétrico

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

28 SERVIÇOS
Agência de Turismo, Autoescola, Instituição Financeira Cooperativa, Clube de Lazer, Consórcio, Corretora de Seguros, Gráfica, Hotel, Monitoramento Eletrônico, Pet Shop, Transportadora

34 VAREJO
Colchão, Fábrica de Bonés, Floricultura, Loja de Brinquedos, Loja de Esportes, Loja de Informática, Loja de Móveis, Loja de Roupa Feminina, Loja de Roupa Infantil, Loja de Roupa Masculina, Ótica



REGIÕES PESQUISADAS

Base: 400 entrevistados

EXPEDIENTE

TOP DE MARCAS APUCARANA 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: **CÁSSIO GONÇALVES**
FOTOGRAFIA: ACERVO INTERNO, MAGNIFIK PREMIUM, ENVATO ELEMENTS
PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO: **ARMAROLLI BRANDING & DESIGN**
IMPRESSÃO: **GRAFINORTE** / DISTRIBUIÇÃO: ENCARTE DA **TRIBUNA DO NORTE** PARA APUCARANA, ARAPONGAS E VALE DO IVAÍ

Metodologia

18 ANOS MEDINDO A FORÇA DAS **MARCAS NA MEMÓRIA DO CONSUMIDOR**

Ao completar 18 anos de história, a Pesquisa Top de Marcas Apucarana consolida-se como uma das mais tradicionais iniciativas de reconhecimento da lembrança espontânea do consumidor na cidade. Ao longo de quase duas décadas, o levantamento acompanha a evolução das marcas que conquistam espaço na mente dos apucaranenses e se destacam em seus segmentos de atuação. A metodologia da pesquisa é baseada em uma pergunta simples e direta: **"Qual a marca que você mais lembra quando pensa em...?".** A partir dessa resposta espontânea, sem qualquer tipo de consulta ou estímulo, é possível identificar quais empresas alcançaram maior presença na memória do público e construíram relações consistentes com seus consumidores.

Mais do que conquistar visibilidade, as marcas vencedoras demonstram capacidade de permanecer relevantes ao longo do tempo. Estar entre as mais lembradas significa ocupar um espaço privilegiado na mente do consumidor, fortalecendo a confiança, a preferência e o potencial de relacionamento com a audiência.

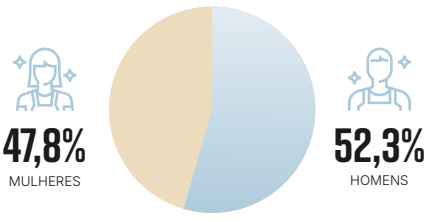
Para garantir a representatividade dos resultados, os entrevistados são selecionados por cotas definidas a partir de dados do IBGE, considerando critérios como sexo, faixa etária, escolaridade, renda e região de moradia. Dessa forma, a amostra reflete o perfil da população apucaranense e assegura maior precisão na análise das respostas. A edição 2026 da Pesquisa Top de Marcas foi realizada entre os meses de fevereiro e março, abrangendo 10 categorias de negócios e 60 segmentos de consumo. O estudo também incluiu a Categoria Top Marcas Corporativas, que avalia a percepção dos moradores sobre as empresas atuantes no município. Ao todo, foram entrevistados 400 moradores distribuídos pelas regiões Norte, Sul, Leste, Oeste e Centro de Apucarana, garantindo um nível de confiança de 95%.

Mais do que um reconhecimento, o Top de Marcas é um retrato da conexão construída entre empresas e consumidores, revelando quais marcas conseguiram transformar presença em lembrança e lembrança em valor. ●

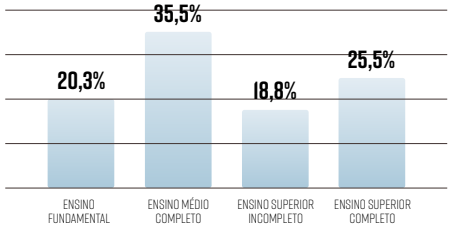


1. LESTE	20,0%
2. CENTRO	19,8%
3. OESTE	19,0%
4. NORTE	20,0%
5. SUL	21,3%

Perfil dos entrevistados



Escolaridade

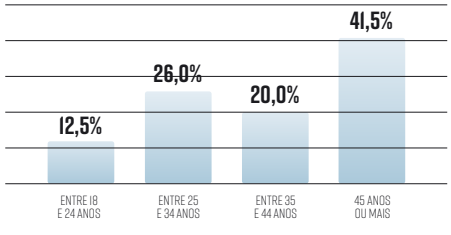


Renda Domiciliar

NÃO INFORMADO: 6,0%

24,0%	ATÉ R$ 3.242
18,5%	ENTRE R$ 3.242 E R$ 4.863
31,0%	ENTRE R$ 4.863 E R$ 8.105
13,3%	ENTRE R$ 8.105 E R$ 16.210
7,3%	MAIS DE R$ 16.210

Faixa Etária



QUANDO UMA MARCA **VIVE NA MEMÓRIA**, ELA VIVE PARA SEMPRE

A 18ª edição do Top de Marcas Apucarana revela as empresas que conquistaram não apenas clientes, mas um lugar permanente no imaginário da população; duas delas dividem o posto mais cobiçado: o de mais amada

Há produtos que se compram. Há marcas que se guardam. A diferença entre uma coisa e outra não está na gôndola, no preço ou na embalagem, está em algo difícil de construir e mais fácil de perder: a confiança. Quando um consumidor, sem qualquer estímulo externo, evoca espontaneamente o nome de uma empresa, está entregando a ela algo que nenhuma campanha publicitária consegue comprar. Está entregando um pedaço da própria memória. É exatamente essa conquista que o Top de Marcas Apucarana celebra, agora em sua 18ª edição, uma pesquisa que, ao longo de quase duas décadas, transformou-se no retrato do vínculo entre o comércio local e os apucaranenses que o sustentam.

Neste ano, duas marcas dividiram o posto mais simbólico da pesquisa, o de empresa mais amada: a **Paranatex**, nascida e criada em Apucarana, e o **Super Muffato**, gigante varejista que consolidou sua presença na cidade. Mas foi a Paranatex que emergiu como o grande destaque da edição, ao acumular cinco indicadores de liderança: empresa mais lembrada com 11,5%, empresa onde o apucaranense mais gostaria de trabalhar (5,3%), empresa que mais cuida do meio ambiente (3,3%), a mais inovadora (3,3%) e, dividindo com o Muffato, a mais amada. Construir esse tipo de relação não é simples. Em um cenário de constantes transformações econômicas, tecnológicas e comportamentais, marcas que conquistam reconhecimento local carregam uma vantagem valiosa: a confiança. Em momentos de incerteza, consumidores tendem a se aproximar daquilo que conhecem e respeitam.

A **Paranatex** tem 58 anos de trajetória e consolidou-se como uma das mais tradicionais indústrias de Apucarana, atuando nos mercados nacional e internacional. Mantendo um ritmo constante de crescimento, segue investindo em expansão, tecnologia e fortalecimento de suas operações. Para Felipe Alexandre Felipe Neto, diretor da empresa, os resultados refletem uma construção de longo prazo. Segundo ele, os reconhecimentos recebidos reforçam a responsabilidade da Paranatex em continuar investindo em inovação, sustentabilidade e valorização das pessoas, pilares que sustentam sua trajetória e seu relacionamento com a comunidade.

O **Super Muffato** chega a esta edição também com números expressivos. Líder absoluto entre os supermercados, com 32,3% das citações espontâneas, mais que o dobro do segundo colocado, o grupo ainda ocupa a segunda posição da categoria com o Max Atacadista, que alcançou 15%. O desempenho demonstra a forte presença das marcas no cotidiano dos apucaranenses. Conquistar o título de marca mais amada representa, segundo a empresa, o reconhecimento pela confiança construída junto à comunidade ao longo dos anos e reforça o compromisso de seguir investindo em melhorias, inovação e qualidade nos serviços oferecidos.

O futuro das marcas passa por atributos cada vez mais valorizados pelos consumidores: transparência, inovação, sustentabilidade e relacionamento genuíno. Em um ambiente marcado por rápidas transformações tecnológicas, empresas capazes de alinhar discurso e prática tendem a fortalecer sua relevância e sua permanência na memória do público.

Nas próximas páginas, cada categoria conta sua própria história. São marcas de pneus e de feijão, de café e de colchão, de laboratório e de autoescola, de rádio e de roupa infantil, empresas que, juntas, compõem a economia viva de uma cidade que trabalha, consome, inova e, acima de tudo, lembra. ■

MARCA APUCARANA	
Paranatex	**11,5%**
Amigão Supermercados	3,3%
Caramuru Alimentos	3,3%
Super Muffato	2,5%
Pernambucanas	2,3%
Outros	68,3%
Não lembra	8,8%

TOP MAIS AMADA	
Super Muffato	**2,8%**
Paranatex	**2,8%**
Pernambucanas	2,5%
Baudelaire Cookies	1,8%
Caramuru Alimentos	1,8%
Outros	63,0%
Não lembra	25,3%

TOP MAIS INOVADORA	
Paranatex	**3,3%**
Baudelaire Cookies	2,8%
Texas Farm Store	2,5%
Ihard Tecnologia	2,3%
Nortox S/A	2,0%
Outros	31,0%
Não lembra	55,9%

TOP MEIO AMBIENTE	
Paranatex	**3,3%**
Pref. Mun. Apucarana	2,3%
Nortox S/A	1,8%
Casas Bahia	1,5%
COCAP	1,5%
Outros	16,3%
Não lembra	73,3%

TOP TRABALHO	
Paranatex	**5,3%**
Nortox S/A	3,8%
Itaú	2,8%
Caramuru Alimentos	2,3%
Pref. Mun. Apucarana	1,8%
Outros	50,5%
Não lembra	33,5%

TOP DE MARCAS 2026

As marcas mais lembradas pelos apucaranenses

18 ANOS



Um prêmio que é de todos nós.

O Super Muffato conquistou o 1° lugar e o Max Atacadista, o 2° lugar no reconhecimento do público de Apucarana.

ALÉM DAS CONQUISTAS DO SEGMENTO VAREJISTA, O MUFFATO TAMBÉM RECEBEU O TROFÉU DE MARCA MAIS AMADA. É UMA HONRA ATENDER À CIDADE QUE NOS ACOLHEU TÃO BEM COM A QUALIDADE E O CUIDADO QUE CADA CIDADÃO MERECE.

NOSSO SINCERO OBRIGADO.

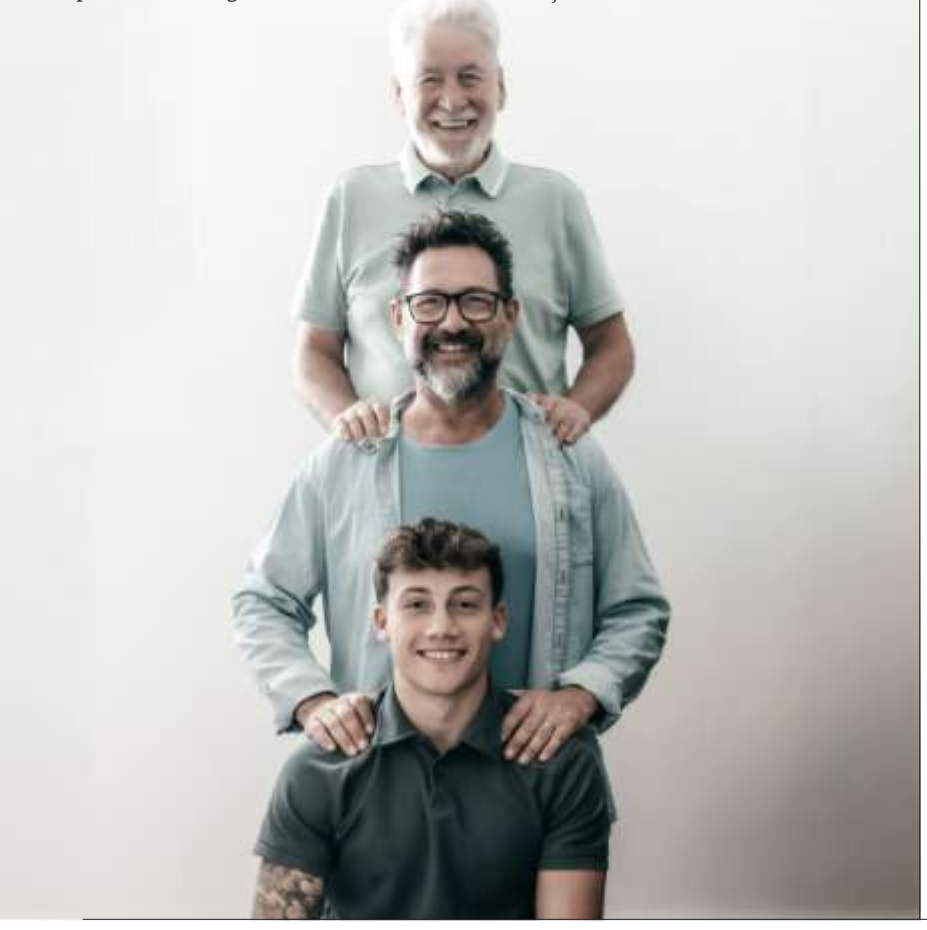
GRUPO MUFFATO

SUPER Muffato

MAX ATACADISTA

CONHEÇA AS MARCAS MAIS LEMBRADAS POR RENDA, SEXO E FAIXA ETÁRIA

A pesquisa Top de Marcas 2026 também mapeia o posicionamento das marcas em públicos específicos, de acordo com sexo, renda e faixa etária. No ranking são comparadas as diferenças entre a menção da marca em seu segmento de mercado e o percentual de lembrança nos públicos específicos como homens, mulheres, jovens, adultos, seniores, classe A e classe popular. Além deles, a pesquisa elege a marca Top Performance, a que alcançou maior crescimento em 2026 comparando os percentuais atingidos em 2025 com os índices alcançados neste ano.



Top Performance

Em 2026, a FAP — Faculdade de Apucarana, lidera o ranking com a melhor performance entre todas as líderes na pesquisa Top de Marcas deste ano, considerando a diferença entre os percentuais aferidos em 2025 e os índices conquistados em 2025.

Top Masculino

A iHard assume a liderança como a marca mais lembrada entre o público masculino, considerando o percentual da marca em 2026 e a quantidade de homens que citaram a empresa em referência ao seu segmento de mercado.

Top Feminino

O laboratório de análises clínicas São Francisco, líder na pesquisa do seu segmento pelo primeiro ano, conquista o título Top Feminino por ter sido a marca mais lembrada pelas mulheres, considerando o percentual da marca em 2026 e a quantidade de mulheres que se citaram a marca no seu segmento de mercado.

Top Teen

Entre os adolescentes, a marca que alcançou o melhor posicionamento, considerando o percentual em 2026 e a quantidade de citações espontâneas neste público específico, foi a água mineral Crystal.

TOP PERFORMANCE

FAP - FACULDADE DE APUCARANA 12,8%

RPC TV (GLOBO) 10,3%

FARMÁCIA SAÚDE 10,0%

TOP ADULTO

IHARD TECNOLOGIA 14,7%

UNIMED 12,6%

TNONLINE 9,8%

TOP MASCULINO

IHARD TECNOLOGIA 6,5%

CVC 6,1%

FAP - FACULDADE DE APUCARANA 4,7%

TOP SÊNIOR

FARMÁCIA SAÚDE 10,1%

SÃO FRANCISCO 8,0%

ESPORTE CAMISA 10 7,2%

TOP FEMININO

SÃO FRANCISCO 7,1%

CARROSSEL BRINQUEDOS 5,8%

REAL LIMP 5,3%

TOP POPULAR

CAFÉ JANDAIA 2,6%

ÁGUA AZUL 2,5%

ESPORTES CAMISA 10 2,5%

TOP TEEN

CRYSTAL 19,3%

BODY FIT 17,0%

VALDAR MÓVEIS 16,0%

TOP CLASSE A

UNIMED 18,0%

CHANNEL 14,0%

SUPER MUFFATO 10,4%

Top Adulto

A iHard venceu também neste segmento com o maior percentual considerando a diferença entre o índice obtido no segmento de atuação e a quantidade de entrevistados nesta faixa etária, entre 20 e 54 anos.

Top Sênior

Entre a população acima de 54 anos, a Farmácia de Manipulação Saúde conquista o título, considerando o seu percentual alcançado no segmento de atuação e a quantidade de pessoas que citaram a marca nesta faixa etária.

Top Popular

A marca vencedora nesta categoria foi o Café Jandaia, considerando o percentual entre o resultado alcançado no segmento de atuação e a lembrança aferida entre os integrantes da classe popular.

Top Classe A

O plano de Saúde Unimed lidera a lembrança neste público específico, considerando o percentual alcançado no segmento de atuação e a quantidade de citações entre os entrevistados com maior renda. •



À MESA COM QUEM O TEMPO APROVA

O setor alimentício atravessa um momento de dupla exigência: o consumidor quer conveniência sem abrir mão da qualidade. No Brasil, a inflação dos alimentos dos últimos anos redesenhou hábitos de compra e elevou a fidelidade às marcas conhecidas — um ativo que as empresas locais souberam cultivar. Em Apucarana, o que une as marcas mais lembradas desta categoria é a combinação entre raízes sólidas e atualização constante: investimento em maquinário, presença digital crescente, atenção ao feedback do consumidor e a consciência de que tradição, sozinha, não garante preferência. Qualidade do produto e proximidade com quem compra seguem sendo o verdadeiro diferencial competitivo.

Arroz

Com origem na década de 1960 e marca lançada em 1987, o **Arroz Frias** celebra quase 40 anos de atuação em Apucarana com a certeza de que a qualidade continua sendo seu maior diferencial. A empresa familiar, que conta com 11 colaboradores e atende um raio de aproximadamente 150 km, afirma que o reconhecimento como marca líder confirma que o trabalho segue no caminho certo. Nos últimos meses, os investimentos estiveram concentrados em maquinários de última geração e na escuta constante do feedback dos clientes, buscando aprimorar o produto final. O sentimento é de orgulho, mas também de atenção permanente ao mercado, já que o cenário atual exige eficiência, cuidado e evolução contínua.

Feijão

Com 63 anos de história, a **Feijão Kirei** lidera o segmento de alimentos em Apucarana, conquistando 19,8% da lembrança no Top de Marcas 2026. A marca, gerida por Milton Kuroda Filho, superou Caldo Bom e Tio João, empatados com 11,3%. O prêmio confirma a confiança e o afeto do público. A empresa investe constantemente em inovação, aprimorando processos e adotando novas tecnologias para fortalecer a presença digital e criar campanhas autênticas. Com 12 colaboradores, a Feijão Kirei atua em todo o Paraná, sempre focada na qualidade. Para 2026, os planos incluem fortalecer a presença no mercado, investindo em tecnologia, responsabilidade social e sustentabilidade. A empresa busca crescer mantendo sua essência, valorizando a equipe e a forte conexão com seus consumidores.

Loja de Produtos Naturais

Entre as marcas mais lembradas pelos apucaranenses no segmento de alimentos, o **Empório Premium** confirma o crescimento de uma operação que une saúde, praticidade e alcance. Este é o primeiro ano em que o segmento é pesquisado. Com sede em Apucarana, a loja e atacado de produtos naturais conquistam espaço ao oferecer variedade, confiança e atenção às novas demandas do consumidor. O índice de 12,5% na lembrança espontânea reforça a consolidação de uma marca que dialoga com um público cada vez mais atento à qualidade do que consome. Em um mercado competitivo, estar na memória do consumidor é sinal de posicionamento claro, identidade forte e relacionamento consistente com o cliente.

Padaria e Confeitaria

Tradicional em Apucarana, a **Padaria Brasil** segue unindo história, qualidade e melhorias contínuas para manter sua liderança entre as marcas mais lembradas da cidade. Após a

ARROZ	
Arroz Frias	**32,5%**
Prato Fino	11,8%
Tio João	11,3%
Faixa Nobre	7,3%
Grão Classe A	5,8%
Outros	19,0%
Não lembra	12,3%

FEIJÃO	
Kirei	**19,8%**
Caldo Bom	11,3%
Tio João	11,3%
Pé Vermelho	7,3%
Grão de Luxo	4,3%
Outros	19,5%
Não lembra	26,5%

LOJA DE PRODUTOS NATURAIS	
Empório Premium	**12,5%**
Max Atacadista	15,0%
Amigão	14,5%
Condor	13,3%
Molicenter	8,8%
Outros	15,5%
Não lembra	0,8%

PADARIA/CONFEITARIA	
Brasil	**22,0%**
Godoy	14,8%
Pão Quente	14,0%
Celia Salgados e Bolos	8,8%
Líder	4,5%
Outros	24,3%
Não lembra	11,6%



RESTAURANTE CHINÊS	
Changai	**37,8%**
China Master	4,3%
Kiosque	3,5%
Sushi-ya Petiscaria	0,5%
Restaurante Bonsai	0,3%
Outros	2,0%
Não lembra	51,6%

RESTAURANTE JAPONÊS	
Matsushi	**18,3%**
Matsuri to Go	13,3%
Sushi-ya Petiscaria	8,8%
Changai	4,0%
Kami Sushi	2,5%
Outros	8,3%
Não lembra	44,8%

SORVETERIA	
Gela Boca	**21,5%**
Ula-Ula Sorvetes	16,8%
Tucanos	13,3%
Chiquinho Sorvetes	10,8%
Sabor Irresistível	9,8%
Outros	19,3%
Não lembra	8,5%

SUPERMERCADOS	
Super Muffato	**32,3%**
Max Atacadista	15,0%
Amigão	14,5%
Condor	13,3%
Molicenter	8,8%
Outros	15,5%
Não lembra	0,8%



grande reforma realizada no ano passado, a empresa continua aperfeiçoando sua estrutura, com ajustes em sistemas e novas intervenções no fundo do espaço, onde a proposta é criar um ambiente ainda mais aconchegante para os funcionários. O movimento reforça a vocação da casa em valorizar tanto a experiência do cliente quanto o bem-estar da equipe. Em 2026, a meta é seguir melhorando sempre que possível, preservando o padrão que consolidou a marca ao longo de décadas e renovando seu compromisso com a excelência.

Restaurante Chinês

O **Restaurante Chinês Changai** reafirma sua hegemonia no segmento de culinária oriental ao conquistar 37,8% dos votos no Top de Marcas 2026. São 34 anos de história e o sucesso é fruto de uma dedicação ininterrupta à excelência no atendimento e à qualidade superior dos pratos, consolidando o restaurante como a referência principal para o consumidor que busca tradição e confiança. Com uma estrutura composta por 18 colaboradores diretos e 8 indiretos, a marca utiliza rádios e redes sociais para manter seu público fiel. O planejamento estratégico para o futuro foca na contínua aprimoração dos serviços e qualidade nos preparos, garantindo que o Changai preserve sua essência e permaneça como o principal destino gastronômico oriental da cidade.

Restaurante Japonês

Lembrado por 18,3% dos apucaranenses, o **Matsushi** celebra o reconhecimento como prova de que o trabalho vem sendo bem executado e bem recebido pelo público. Para Thiago Prevital, sócio proprietário da casa, o prêmio traduz a aprovação do cliente diante de um restaurante que há 11 anos faz parte da rotina da cidade. A marca consolidou sua trajetória ao combinar sabor, qualidade e presença ativa nas redes sociais, mantendo o consumidor informado sobre promoções e lançamentos. O foco da empresa segue dividido entre o atendimento presencial e a expansão digital, com a meta de ampliar audiência e continuar inovando. Para 2026, a proposta é seguir trazendo novidades para a cidade e fortalecer ainda mais o vínculo com clientes e amigos.

Sorveteria

Ser lembrada com carinho pelo público é, para a **Gela Boca**, a confirmação de que a marca construiu muito mais que uma sorveteria: criou momentos afetivos na vida dos apucaranenses. Com 14 anos de atuação, a empresa aparece como referência em qualidade e inovação, apostando em novos sabores, melhorias na experiência das lojas e ações criativas nas redes sociais e datas comemorativas. A lembrança espontânea do consumidor, em um segmento tão afetivo, fortalece a imagem de uma marca que soube transformar sabor em experiência. O resultado reflete a combinação entre produto, atendimento e presença constante no cotidiano da cidade. Para os próximos meses, a empresa quer crescer com responsabilidade, leveza e, claro, muito sabor.

Supermercado

O **Super Muffato** consolida sua liderança no segmento de supermercados em Apucarana com 32,3% das citações espontâneas, mais do que o dobro do segundo colocado, 15%, que aliás atende pelo Max Atacadista, empresa de "atacarejo" do mesmo grupo. "Esse reconhecimento é motivo de muito orgulho para nós, porque mostra que estamos construindo uma relação de confiança com nossos clientes e que nosso trabalho tem feito a diferença no dia a dia de milhares de pessoas", destaca Grupo Muffato, por meio de sua assessoria de imprensa. Presente em 53 cidades do Paraná e São Paulo, o Grupo Muffato soma mais de 25 mil colaboradores diretos e mais de 10 mil indiretos, figurando entre as maiores redes varejistas do Brasil. Em Apucarana, o Super Muffato atua desde 2020, mas a trajetória do grupo começou há 52 anos, em 1974, em Cascavel. Receber o Top de Marcas "é um reconhecimento pela confiança e conexão que construímos diariamente com a comunidade", reforça a empresa. ●

Top Automóveis



NA ESTRADA CERTA, ALIANDO **TRADIÇÃO E MODERNIZAÇÃO**

O setor automotivo nacional vive uma transição acelerada, pressionado pela eletrificação da frota, pela volatilidade nos preços de combustíveis e pela crescente digitalização do processo de compra e manutenção de veículos. Nesse cenário, as marcas que resistem são aquelas que construíram reputação ao longo de décadas e souberam adaptá-la ao presente. Em Apucarana, os destaques desta categoria têm em comum o investimento em capacitação de equipes, modernização de processos e expansão da presença regional — sinais de que longevidade e evolução não são opostos, mas aliados indispensáveis para quem quer continuar na memória do consumidor.

Bateria Automotiva

Com 16 anos consecutivos de liderança na memória do consumidor, a **Baterias Eletran** reafirma uma trajetória marcada por excelência e confiança. Fundada em 1963, em Apucarana, a marca soma 63 anos no mercado brasileiro e segue entre as principais do setor automotivo. O reconhecimento como marca mais lembrada reforça o empenho em manter a qualidade dos produtos e o atendimento em alto nível. Nos últimos 12 meses, os investimentos se concentraram em pesquisa e desenvolvimento, modernização do parque industrial, qualificação da equipe e presença constante nas mídias locais. A empresa também destaca sua estrutura robusta, com oito lojas no Norte do Paraná, 420 colaboradores diretos e mais de 2 mil empregos indiretos. "Pretendemos nos manter focados na excelência do atendimento, qualidade dos produtos, agilidade nas entregas e continuar sendo referência regional e nacional no que fazemos", afirma o diretor Paulo Humberto Bittencourt Atibaia.

Concessionária

Com 81 anos de história em Apucarana, a **Caran / Chevrolet** celebra mais do que um prêmio: celebra uma trajetória que atravessa gerações e se mantém viva no mesmo endereço desde 1945. Fundada pelo pioneiro João Baptista Boscardin Júnior, a empresa tornou-se símbolo de tradição, credibilidade e relacionamento próximo com o consumidor. O reconhecimento entre as marcas mais lembradas reforça a força de um trabalho construído com transparência, qualidade e atendimento humano. Nos últimos 12 meses, os investimentos se concentraram em capacitação da equipe, modernização de processos e melhoria da experiência do cliente. A empresa também ampliou sua atuação regional e digital. Para 2026, o foco segue em inovação, relacionamento e fortalecimento da presença no mercado automotivo.

Posto de Combustível

Posto Brasil Sul emergiu como líder local pelo primeiro ano, com 16,0% das menções. No competitivo setor de combustíveis do Paraná, onde a presença de bandeiras nacionais e rede de independentes aumenta a disputa por fidelidade, o posto se diferencia ao combinar oferta de combustíveis Ipiranga — com destaque ao Diesel Aditivado S50 — e serviços associados. A unidade Brasil Sul II também destaca a qualidade de combustíveis Petrobras,

> ***O reconhecimento entre as marcas mais lembradas reforça a força de um trabalho construído com transparência, qualidade e atendimento humano***

somando imagem de confiança e conveniência, com loja de conveniência completa. Em um cenário nacional marcado por volatilidade nos preços do diesel e por demanda crescente por combustíveis aditivados que otimizam desempenho e manutenção de frotas, postos que associam marca reconhecida e mix de serviços tendem a captar consumidores mais fiéis.

BATERIA AUTOMOTIVA	
Baterias Eletran	**48,0%**
Baterias Moura	8,8%
Baterias Extranger	4,8%
Baterias Bats	4,0%
Outros	9,3%
Não lembra	25,1%

CONCESSIONÁRIA AUTOMÓVEIS	
CARAN/Chevrolet	**31,8%**
Ciavena	15,0%
Jeep Marajó	7,5%
Toyopar	7,5%
Auto Arapongas	4,5%
Outros	9,5%
Não lembra	24,2%

POSTO DE COMBUSTÍVEL	
Brasil Sul	**16,0%**
V. Brambila	15,8%
Posto Catuaí	9,3%
Ipiranga	8,0%
Catedral	7,8%
Outros	31,0%
Não lembra	12,1%

Top Automóveis

CONHEÇA AS MARCAS VENCEDORAS DESTE ANO

Revenda de Pneus

Atuando há 31 anos em Apucarana, a **Gonçales Pneus** mantém a liderança no segmento de pneus, com 18% da lembrança espontânea no Top de Marcas 2026.
A empresa, fundada em 1995, apresenta ampla vantagem sobre o segundo colocado. Essa conquista resulta do foco na qualidade e no relacionamento com o cliente. Sob gestão de Rogério Gonçales, a marca investe forte em mídias digitais, como Google e Instagram. Com 160 funcionários diretos, a Gonçales opera lojas em Apucarana, Arapongas, Londrina e Maringá, além de e-commerce e distribuidora. Apesar de desafios como a oscilação nos preços de combustíveis, a empresa mantém o otimismo. O objetivo para 2026 é continuar oferecendo os melhores produtos e serviços, reafirmando o compromisso com a excelência no mercado regional.

Revenda de Veículos Seminovos

A **Villa Car**, revenda de seminovos. comandada por Eduardo Macedo, assume a liderança do segmento neste ano. Em um mercado de usados altamente fragmentado no Brasil, onde oferta e financiamento determinam vendas, a loja aposta em transparência nas negociações, preços justos e atendimento personalizado, trunfos em um segmento marcado por concorrência intensa e pela necessidade de confiança do comprador. Com três funcionários e foco em marketing digital e tráfego pago, a Villa Car busca ampliar penetração regional oferecendo financiamentos e seleção cuidadosa de veículos. A estratégia espelha tendência nacional: consumidores valorizam procedência, histórico veicular e condições de crédito. Para crescer, a revenda precisa escalar atendimento ou firmar parcerias com instituições financeiras e plataformas de anúncio. •

REVENDA DE PNEUS	
Gonçales Pneus	**18,0%**
Pit Stop	10,8%
Pitoni Pneus	8,5%
Pneunorte	4,0%
Renato Auto Service	3,0%
Outros	12,0%
Não lembra	43,7%

REVENDA DE VEÍCULOS	
Villa Car Seminovos	**6,0%**
VR Automóveis	5,8%
Dakar Automóveis	5,5%
JAH Veículos	5,5%
Fênix Multimarcas	5,0%
Outros	11,5%
Não lembra	60,7%



QUANDO A CONFIANÇA VIRA TRADIÇÃO.

TOP DE MARCAS APUCARANA
marca 18 ANOS Nº1
2026

PELA 16ª VEZ CONSECUTIVA, A ELETRAN CONQUISTA O TOP DE MARCAS APUCARANA NO SEGMENTO DE BATERIAS.

MUITO OBRIGADO!



BATERIAS ELETRAN

MUITO MAIS ENERGIA

www.eletran.com.br
www.lojaseletran.com.br

Top Bebidas



SEDE DE QUALIDADE: UM MERCADO EM EXPANSÃO

O mercado de bebidas no Brasil é um dos mais competitivos e diversificados do mundo, com gigantes globais disputando espaço com marcas regionais que apostam em identidade e origem. A tendência nacional aponta para o crescimento das bebidas saudáveis, a Premiunização da cerveja e a valorização de produtos com rastreabilidade e responsabilidade ambiental. Em Apucarana, as marcas líderes desta categoria refletem esse movimento: investem em canais digitais, ampliam distribuição, buscam inovação em embalagens e reforçam o vínculo emocional com o consumidor, ingredientes que, combinados, transformam preferência em lealdade.

Água Mineral

A água **Crystal**, do mesmo grupo da Coca-Cola, alcança 38,8% das citações, mostrando forte presença no segmento de águas engarrafadas. No Brasil, o consumo de água engarrafada vem crescendo pela conveniência e confiança na qualidade, especialmente em áreas urbanas e rodovias; marcas associadas a grandes conglomerados ganham vantagem logística e capilaridade. Crystal tem aproveitado essa estrutura para ampliar distribuição regional, destacando atributos de pureza e disponibilidade em diferentes embalagens. Em um mercado que também valoriza sustentabilidade, investimentos em embalagens recicláveis e redução de plástico são diferenciais competitivos que fortalecem a percepção de marca e ampliam a preferência do consumidor.

Café

O **Café Jandaia** reafirma sua supremacia em Apucarana no Top de Marcas 2026, conquistando 27% dos votos e superando a marca Três Corações (24,3%). Sob a liderança de Sidney Favaro, a empresa sustenta seu sucesso no equilíbrio entre preço competitivo, excelência no atendimento e um padrão rigoroso de qualidade que fideliza o consumidor apucaranense. Recentemente, a marca buscou inovação ao inaugurar sua loja online e intensificar sua comunicação digital via Instagram, ampliando o relacionamento com o público. Operando com uma equipe de cerca de 70 colaboradores, o Café Jandaia é uma marca de abrangência geral consolidada. O planejamento para o futuro próximo foca na continuidade dos investimentos em estratégias de marketing e ações nos pontos de venda, visando manter a relevância da marca e estreitar ainda mais o vínculo com as famílias que escolhem o Jandaia como seu café de preferência diária.

Cerveja

Heineken apresenta 31% da lembrança de marca na cidade, distribuída pela Franco

Distribuidora — fundada em 2019 em Rolândia e hoje sediada em Londrina — que atende dezenas de municípios, incluindo Apucarana. No setor cervejeiro brasileiro, marcado por consolidação de grandes grupos e crescimento das premium e artesanais, Heineken mantém posição sólida por imagem premium e portfólio diversificado. A Franco se destaca por logística, tecnologia e relacionamento comercial, garantindo presença em bares e varejo regional. A parceria reforça memória emocional da marca no ponto de venda e responde à demanda por bebidas premium em ocasiões sociais. Para crescer, distribuidores locais exploram eficiência logística e serviço ao cliente para competir com grandes operadores e microcervejarias.

ÁGUA MINERAL	
Crystal	**38,8%**
Maceratti	8,3%
Safira	7,3%
D'Fonte	5,0%
Pureza Vital	2,3%
Outros	10,3%
Não lembra	28,0%

CERVEJA	
Heineken	**31,0%**
Skol	19,3%
Brahma	15,0%
Amstel	5,8%
Original	4,0%
Outros	15,5%
Não lembra	9,4%

CAFÉ	
Café Jandaia	**27,0%**
Três Corações	24,3%
Melitta	9,0%
Pilão	7,3%
Café Itamaraty	4,3%
Outros	19,3%
Não lembra	8,8%

TOP DE MARCAS Apucarana 2026

18 ANOS



Top Bebidas

CONHEÇA AS MARCAS VENCEDORAS DESTE ANO

Leite

Ser lembrada como a marca mais presente na mente do consumidor é motivo de grande satisfação para a **Leite Líder**, que vê no resultado a confirmação de uma trajetória construída com qualidade e confiança. A empresa reforça, há décadas, sua identidade familiar e sua relação próxima com os consumidores, especialmente nas regiões Sul e Sudeste do país. Nos últimos 12 meses, manteve investimentos contínuos em comunicação e aproximação com o público, além de aprimorar a entrega de seus produtos. Com centenas de colaboradores e forte presença regional, a marca segue comprometida com rigor na qualidade e com o atendimento que a tornou referência em Apucarana.

Refrigerante

Coca-Cola é o refrigerante mais lembrado por 66,5% dos consumidores na região, consolidando posição dominante num mercado brasileiro que segue liderado por grandes marcas globais e por estratégias fortes de distribuição e marketing. No país, a bebida mantém participação robusta graças a portfólio, presença em pontos de venda e patrocínios que reforçam reconhecimento. O domínio local reflete também hábitos de consumo em estabelecimentos e residências, onde a disponibilidade e preços promocionais influenciam escolhas. Para seguir competitiva, a marca investe em inovação (novos sabores e embalagens menores) e ações de sustentabilidade — fatores que ressoam com consumidores preocupados com saúde e meio ambiente, sem, porém, reduzir a penetração histórica da bebida.

Suco de Laranja

Com atuação marcante em mais de 100 cidades no Paraná, 30 delas no estado de São Paulo, a **Sunap** consolida-se como a marca líder na memória do consumidor no segmento de bebidas saudáveis. Empresa familiar com sede em Apucarana, iniciou sua jornada em 2001, construindo ao longo dos anos uma imagem pautada pela confiança e pela qualidade rigorosa na produção de seus sucos. A estrutura, que conta com cinco pontos de distribuição e cerca de 30 vendedores, é planejada para crescer, com projetos de expansão e foco na eficiência operacional. Para os próximos meses, a meta é aumentar a área de atuação mantendo a competitividade, a sustentabilidade e a inovação sistêmica, sempre superando as expectativas do cliente e reforçando a credibilidade de um produto essencialmente saudável. ●

LEITE	
Líder	**36,3%**
Tirol	19,8%
Ninho	9,0%
Parmalat	6,0%
Piracanjuba	4,5%
Outros	14,8%
Não lembra	9,6%

REFRIGERANTE	
Coca-Cola	**66,5%**
Guaraná Antártica	11,0%
Pepsi	5,5%
Sprite	5,5%
Fanta	5,3%
Outros	4,2%
Não lembra	2,0%

SUCO DE LARANJA	
Sunap	**34,8%**
Prat's	15,8%
Del Valle	14,5%
Tang	9,0%
Maguary	1,8%
Outros	12,0%
Não lembra	12,1%



A MÍDIA LOCAL NA ERA DA MULTIPLICIDADE

Nunca houve tantos canais disponíveis e nunca foi tão difícil conquistar e manter atenção. O mercado de comunicação brasileiro passa por uma reconfiguração profunda, com a migração do consumo para plataformas digitais pressionando veículos tradicionais a se reinventarem sem perder sua essência. As marcas mais lembradas desta categoria em Apucarana responderam ao desafio com estratégias multiplataforma, reformulações editoriais e visuais, ampliação da presença em redes sociais e investimento em audiência digital. O ponto comum é claro: credibilidade local e capacidade de adaptação tecnológica são os pilares que sustentam a relevância no novo ecossistema de mídia.

Emissora de TV

Referência em comunicação no Paraná, a **RPC**, afiliada da Rede Globo de Televisão em Londrina, assume a liderança no segmento e destaca a importância de estar na memória do consumidor como prova de credibilidade, proximidade e relevância regional. Em Apucarana, o sinal da emissora está presente desde 1963, acompanhando os principais fatos da cidade e levando informação e entretenimento ao público local. No último ano, a rede investiu em inovação, comunicação multiplataforma e relacionamento com o telespectador, ampliando presença em municípios e serviços digitais. Com oito emissoras afiliadas à Globo e alcance em 62 municípios, a RPC reforça sua força no mercado e projeta para 2026 a expansão da audiência digital, a qualificação do conteúdo local e o fortalecimento da conexão com as comunidades, "reforçando também a integração entre jornalismo, entretenimento e soluções de comunicação para o mercado anunciante", completa Karla Fumière, gerente geral da RPC em Londrina.

Jornal Impresso

Com 35 anos de história em 2026, a **Tribuna do Norte** está entre as marcas mais lembradas de Apucarana com a confiança de quem acompanhou de perto a vida da cidade ao longo de décadas. O jornal nasceu no município e se consolidou como um dos principais veículos do interior do Paraná, pautado pela ética, responsabilidade e compromisso com a informação de qualidade. Nos últimos 12 meses, passou por uma reformulação gráfica completa, modernizando a experiência do leitor e valorizando ainda mais o conteúdo regional. O Grupo Tribuna reúne cerca de 130 colaboradores e ampliou sua presença em diferentes plataformas. Para os próximos meses, o foco é fortalecer o impresso, novos projetos editoriais e a cobertura regional. "O jornal possui auditagem do IVC, entidade responsável pela auditoria dos principais veículos de comunicação do país, reforçando a transparência e a credibilidade das informações apresentadas ao mercado", informa o diretor André Marçal.

Programa Local de TV

Presente há 27 anos em Apucarana, o **Canal 38** celebra o reconhecimento do público como reflexo de um trabalho sério, próximo e comprometido com a informação. A emissora é dona do programa local de televisão mais lembrado pelos entrevistados apucaranenses. A emissora diz que estar na mente do

EMISSORA DE TV	
RPC TV (Globo)	**30,3%**
Rede Massa (SBT)	29,0%
RTV/Canal 38	16,0%
RIC (Record)	7,0%
TV Cultura	3,8%
Outros	3,8%
Não lembra	10,3%

JORNAL IMPRESSO	
Tribuna do Norte	**36,5%**
Folha de São Paulo	4,8%
Gazeta do Povo	4,8%
Folha de Londrina	3,3%
O Estado de São Paulo	3,0%
Outros	2,0%
Não lembra	45,6%

PROGRAMA LOCAL DE TV	
Jornal 38	**45,0%**
Tribuna da Massa	6,8%
Meio Dia Paraná	2,8%
Jornal da Manhã	1,3%
Repórter Selvagem	0,8%
Outros	8,8%
Não lembra	34,5%

Top Comunicação

consumidor é resultado direto da qualidade do conteúdo e do respeito a telespectadores, parceiros e patrocinadores. Nos últimos 12 meses, ampliou sua presença digital e se consolidou como o maior canal de YouTube de Apucarana e um dos maiores do Paraná, com forte alcance também no Instagram e Facebook. Com cerca de 30 colaboradores, a empresa expandiu sua atuação para Arapongas e agora prepara uma nova sede no centro de Apucarana, com estúdios modernos e tecnologia de ponta, prevista para fortalecer ainda mais sua posição regional. "Estar na mente do consumidor é reflexo do nosso compromisso diário com a qualidade da informação, com o respeito ao público e com o trabalho sério desenvolvido tanto para nossos telespectadores quanto para nossos parceiros e patrocinadores", afirma o diretor, Juliano Tamiya.

Rádio

Com 40 anos de história, a **98 FM** é a rádio líder em Apucarana, conquistando expressivos 49,8% na lembrança do apucaranense. Sob gestão de Valmor Giavarina, a emissora superou com folga as emissoras concorrentes, solidificando sua relevância institucional e comercial na região. "O nosso trabalho baseia-se em 3 pilares: Conexão local forte: atualização tecnológica e digital e relacionamento baseado na confiança.", afirma Giavarina. A 98 FM investe em uma estratégia multiplataforma, expandindo sua

EMISSORA DE RÁDIO	
98 FM	**49,8%**
Nova AM	10,8%
Jovem Pan	9,0%
Cultura	8,0%
Rede de Rádios 94,5 FM	2,0%
Outros	9,3%
Não lembra	11,1%

SITE LOCAL DE NOTÍCIAS	
TNOnline	**53,8%**
38 News	10,8%
G1	6,8%
Apucarana News	1,0%
Blog do Berimbau	0,3%
Outros	2,3%
Não lembra	25,0%





Conexão local forte: atualização tecnológica e digital e relacionamento baseado na confiança

atuação nas redes sociais, portal de notícias e transmissões digitais. Seus pilares são a conexão local forte, atualização tecnológica e relacionamento de confiança com os ouvintes. Com 15 colaboradores diretos e dezenas de indiretos, a rádio atua no Norte do Paraná e Vale do Ivaí. A emissora continua a se reinventar, mantendo-se como a principal fonte de informação e entretenimento, sempre próxima de sua fiel audiência.

Site Local de Notícias

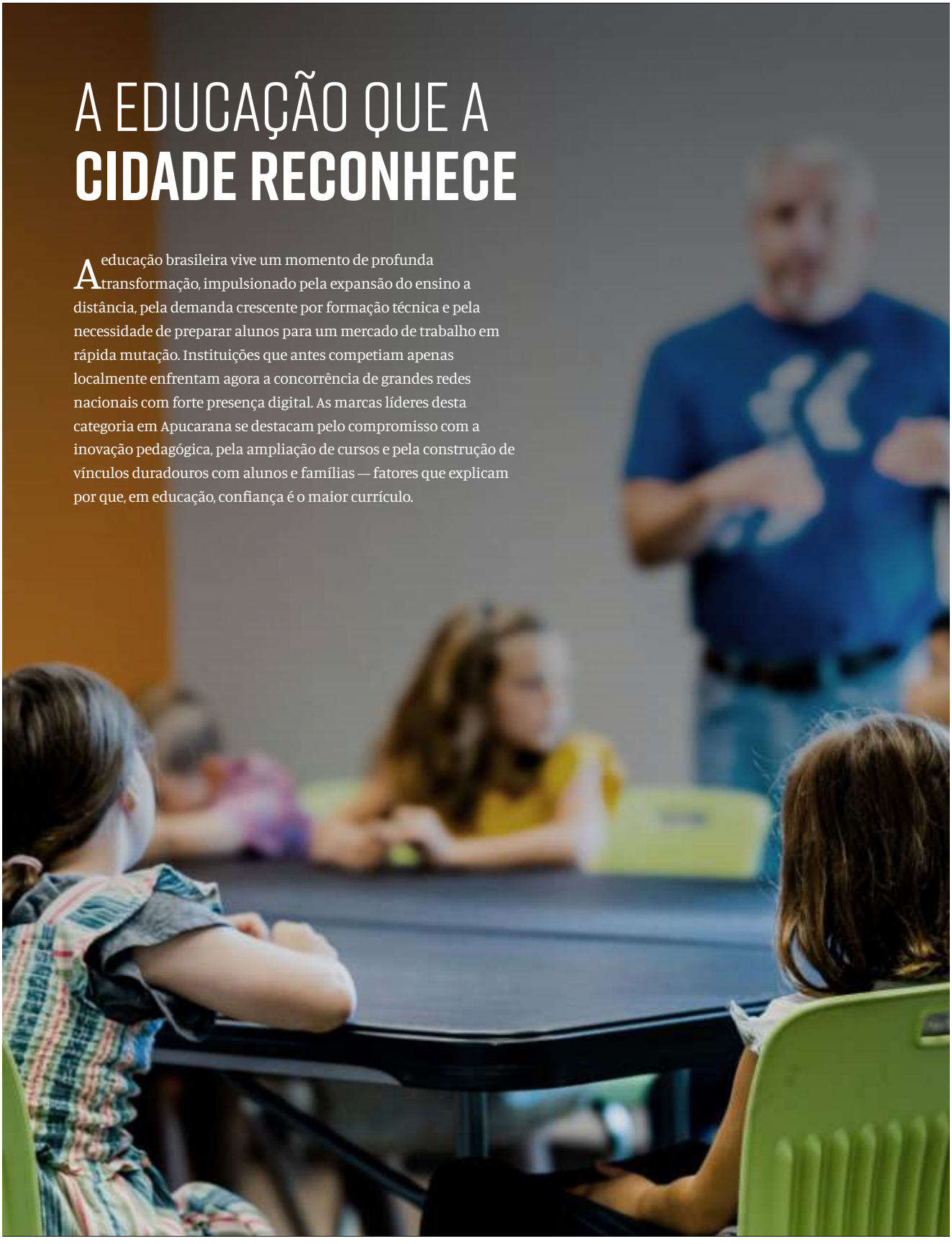
Agilidade, credibilidade e conexão com o público ajudam a explicar por que o **TNOnline** é o site local de notícias mais lembrado pelos consumidores de Apucarana. Fundado em 2009, o portal completa 17 anos em 2026 e se consolidou como uma referência em informação em tempo real no Paraná. Nos últimos 12 meses, investiu em tecnologia, inovação e experiência do usuário, com reformulação de layout, navegação mais intuitiva e integração multimídia. O portal também se destaca por ser o único parceiro do UOL no Paraná, ampliando o alcance do conteúdo produzido na região. Integrante do Grupo Tribuna, o TNOnline registra audiência recorde e projeta para 2026 mais conteúdo audiovisual e maior proximidade com o público. "Em 2026, o TNOnline tem alcançado números recordes de audiência, consolidando-se como um dos principais portais de notícias do Paraná e ampliando cada vez mais sua relevância e alcance também em nível nacional", destaca André Marçal, diretor da empresa. ●

STARLUSION
PRODUÇÕES E EVENTOS

Estruturas de som, iluminação, leds, DJs, lives e gravações.

starlusion.com

Top Educação



A EDUCAÇÃO QUE A **CIDADE RECONHECE**

A educação brasileira vive um momento de profunda transformação, impulsionado pela expansão do ensino a distância, pela demanda crescente por formação técnica e pela necessidade de preparar alunos para um mercado de trabalho em rápida mutação. Instituições que antes competiam apenas localmente enfrentam agora a concorrência de grandes redes nacionais com forte presença digital. As marcas líderes desta categoria em Apucarana se destacam pelo compromisso com a inovação pedagógica, pela ampliação de cursos e pela construção de vínculos duradouros com alunos e famílias — fatores que explicam por que, em educação, confiança é o maior currículo.

Colégio Particular

Com 77 anos de história em 2026 — e presente praticamente em toda a vida de Apucarana, que tem 82 —, o **Colégio São José** vê o reconhecimento como marca líder como resultado de uma missão educativa bem executada ao longo do tempo. A instituição, primeira unidade da Rede Oblatos de São José, destaca sua atuação baseada em valores cristãos e na formação integral dos alunos. Presente em mais de 15 países e com sete unidades no Brasil, o grupo reúne quase 4 mil estudantes. Nos últimos 12 meses, os investimentos estiveram voltados à experiência do aluno e ao fortalecimento do vínculo com as famílias. Em Apucarana, o colégio celebra sua contribuição na formação de cidadãos e reforça a crença em uma educação voltada para a vida.

Ensino Superior

A **Faculdade de Apucarana (FAP)** consolida 26 anos de história ao liderar o setor de Ensino Superior no Top de Marcas 2026, com 33,5% da lembrança de marca, quase dez por cento à frente da segunda colocada. Sob a direção acadêmica de Paulo Pavolak, a instituição pauta sua atuação na inovação acadêmica e responsabilidade social. Nos últimos 12 meses, a instituição registrou crescimento em diversos indicadores acadêmicos e estruturais, ampliando projetos, eventos, cursos e investimentos em inovação e expansão institucional. Com um corpo qualificado de 112 colaboradores, a FAP abrange cursos de graduação e pós-graduação nas áreas de Saúde, Humanas, Gestão e Tecnologia. O plano para 2026 visa o lançamento de novos cursos, modernização tecnológica e o fortalecimento da extensão, buscando elevar a empregabilidade dos alunos e seu impacto transformador na comunidade regional.



COLÉGIO PARTICULAR	
Colégio São José	**38,8%**
Colégio Platão	20,0%
Colégio Mater Dei	11,3%
Colégio N. Sra. da Glória	8,0%
Colégio Canadá	2,3%
Outros	13,3%
Não lembra	6,3%

ENSINO SUPERIOR	
FAP	**33,5%**
UNESPAR / FECEA	24,8%
UTFPR	19,0%
FACNOPAR	7,8%
UniCesumar	3,8%
Outros	5,3%
Não lembra	5,8%

Top Educação

Confiança, propósito e compromisso com a transformação de vidas. É assim que a Unicesumar interpreta o título de marca líder em Apucarana, onde vem fortalecendo sua presença e ampliando o acesso ao ensino superior

Ensino a Distância

Na educação, ser lembrada espontaneamente pelo consumidor representa confiança, propósito e compromisso com a transformação de vidas. É assim que a **Unicesumar** interpreta o título de marca líder em Apucarana, onde vem fortalecendo sua presença e ampliando o acesso ao ensino superior. Nos últimos 12 meses, a instituição intensificou investimentos em inovação educacional, tecnologia e comunicação digital, com foco em atendimento mais ágil, humanizado e eficiente. A estrutura atende cursos de graduação, pós-graduação e profissionalizantes, acompanhando o crescimento da demanda por formação de qualidade. Para 2026, a marca planeja novos cursos, parcerias locais e ações voltadas à comunidade, reafirmando sua vocação de referência em educação na cidade e região.

Escola de Idiomas

Há mais de 30 anos transformando vidas através da educação, a **Wizard** é reconhecida como líder no segmento de ensino de idiomas em Apucarana. A trajetória consolidada, marcada pela excelência e pela busca contínua por novas tecnologias, reflete a confiança que a comunidade deposita na marca. Como parte da maior rede de educação do mundo, a escola inova constantemente em metodologias, atendendo hoje alunos em diversos estados brasileiros graças ao suporte digital. Com 29 colaboradores em Apucarana e uma estrutura preparada para todos os públicos, o foco da unidade para 2026 é claro: investir ainda mais em inovação e na experiência educacional. O orgulho pelo reconhecimento é visto como uma responsabilidade, reforçando o compromisso da rede em continuar sendo a principal escolha de quem busca aprender um novo idioma. •

ENSINO A DISTÂNCIA	
UniCesumar	**26,3%**
FAP	14,8%
FACNOPAR	9,5%
UNESPAR / FECEA	6,5%
Unopar	6,0%
Outros	11,5%
Não lembra	25,4%

ESCOLA DE IDIOMAS	
Wizard	**25,5%**
CNA	20,5%
Washington	7,5%
KNN	4,3%
Yázigi	4,0%
Outros	8,3%
Não lembra	29,9%

FAP

Faculdade de Apucarana



Um ecossistema completo para

SUA CARREIRA

Nós não vendemos curso.
Nós mudamos o futuro das pessoas.

FAP BUSINESS
Pós graduações e MBA's especializados para sua área.

FAP EAD
FACULDADE DE APUCARANA
Graduações e cursos rápidos onde estiver.

FAP GRADUAÇÃO
Graduação Presencial.

FAP TECH
Cursos técnicos e técnólogos.

FAPUP
Curta duração
Cursos Rápidos.

Cada degrau do nosso ecossistema **gera créditos** para as graduações e pós graduações.

www.fap.com.br

Entre em contato
(43) 9 9975-1729

Top Imóveis



O SETOR QUE CONSTRÓI **MAIS DO QUE PAREDES**

O mercado imobiliário brasileiro atravessa um ciclo de transformação marcado pela alta dos juros, pela crescente demanda por imóveis de padrão elevado e pelo avanço dos condomínios fechados como modelo de moradia preferido das famílias. No varejo da construção, o consumidor está mais exigente quanto à experiência de compra e à qualidade dos acabamentos. As marcas do setor de imóveis de Apucarana têm em comum o investimento em modernização de showrooms, capacitação de equipes e digitalização do atendimento, além de uma atenção crescente ao relacionamento de longo prazo com o cliente, que vai muito além da transação imobiliária.

Construtora

A **Construtora Zacaria** celebra em 2026 sua 18ª conquista consecutiva no Top de Marcas, reforçando uma história iniciada em Apucarana em 1972 e marcada por seriedade, responsabilidade e confiança. A empresa nasceu na cidade e cresceu acompanhando seu desenvolvimento urbano, consolidando laços com famílias, investidores e parceiros ao longo de 54 anos de trajetória. Nos últimos 12 meses, avançou em um processo de amadurecimento e reposicionamento, com foco em condomínios horizontais fechados de alto padrão e luxo residencial. A equipe de 15 colaboradores atua em gestão, planejamento e relacionamento com clientes, enquanto uma ampla rede de parceiros movimenta a cadeia da construção civil. Para 2026, a Zacaria prepara lançamentos importantes, como o Reserva Terra Roxa, além da entrega do Maison Jardin e a continuidade do desenvolvimento do Meari - Brasil Home Designe.

Imobiliária

Ser a imobiliária mais lembrada é, para a **J. Mareze**, a confirmação de que a confiança do cliente foi conquistada ao longo de uma trajetória sólida. Fundada em Apucarana em 1982, a empresa completa 44 anos de atuação baseada em compromisso, honestidade e proximidade com quem busca comprar, vender ou alugar imóveis. Nos últimos meses, a imobiliária passou a participar de forma mais ativa do desenvolvimento do setor, sem renunciar à essência da intermediação no mercado de usados e ao lado de incorporadores. Com equipe em crescimento e atuação em Apucarana e região, a J. Mareze projeta 2026 com foco em solidez, atenção às oportunidades e manutenção do papel de referência para quem pensa em imóvel.

Loja de Material de Construção

Com 23 anos de história em Apucarana, a **Bovo Acabamentos** transforma o reconhecimento do Top de Marcas em motivo de orgulho para toda a família e para a equipe. A empresa destaca que, mais do que vender acabamentos, participa da realização de sonhos, acompanhando gerações de clientes que voltam para novos projetos de construção. Em 2025, passou por um processo importante de recuperação, modernização e reposicionamento, com investimento em treinamento, atualização de sistemas, reforma do showroom e melhoria da experiência do cliente. Hoje, conta com cerca de 30 colaboradores e atende Apucarana e região com foco em relacionamento de longo prazo. Para 2026, o plano é evoluir sem perder a essência: unir preço justo, qualidade e atendimento humano. "A gente acredita que ninguém constrói sonho sozinho. E queremos continuar fazendo parte da construção dos sonhos das famílias da nossa cidade por muitos anos", afirma o diretor administrativo, Vitor Bovo.

Loja de Materiais Elétricos

Presente em Apucarana há quase sete anos, a **Eletroluz**, de Maringá, comemora 30 anos de mercado e reforça liderança na memória do consumidor de materiais elétricos na região. A empresa atribui esse reconhecimento a valores colocados em prática diariamente: respeito, parcerias sólidas, estoque amplo, preço justo e atendimento diferenciado. No último ano, a loja intensificou campanhas sazonais, encartes de ofertas e ações comemorativas, incluindo o tradicional Natal Iluminado. Também fortaleceu o relacionamento com eletricistas por meio do Clube do Eletricista, eventos mensais e cafés especiais. A unidade de Apucarana conta com cerca de 40 colaboradores, e a empresa investe em tecnologia e capacitação contínua. os planos para o futuro incluem novas unidades, expansão para novos mercados e reforço na experiência do cliente, mantendo o compromisso histórico com qualidade e excelência no atendimento. ●



IMOBILIÁRIA	
J. Mareze Imóveis	**21,5%**
Ceriani Craveiro	15,5%
Joharc	10,3%
Sanches	6,0%
Zacarias	5,8%
Outros	14,8%
Não lembra	26,1%

LOJA DE MATERIAL ELÉTRICO	
Eletroluz	**31,8%**
Ponto Luz	16,0%
Jaú Elétrica & Casa	8,5%
Eletrovito	1,3%
Bovo Acabamentos	1,0%
Outros	11,0%
Não lembra	30,4%

CONSTRUTORA	
Zacaria	**9,0%**
J. Mareze	7,3%
Lebi	6,3%
A.Yoshii	5,3%
MRV	4,0%
Outros	24,0%
Não lembra	44,1%

MATERIAL DE CONSTRUÇÃO	
Bovo Acabamentos	**12,0%**
Comacal	11,0%
Comercial Ivaiporã	10,3%
Casa Bela	8,3%
Todimo	7,3%
Outros	27,5%
Não lembra	23,6%

O SETOR QUE APUCARANA CONFIA COM A VIDA

A saúde é o setor onde a confiança do consumidor tem peso máximo — e onde erros de posicionamento custam mais do que market share. O crescimento das operadoras de planos, a expansão das redes de farmácias e a digitalização dos serviços de diagnóstico redefinem o que o paciente espera de cada ponto de contato. Em Apucarana, polo regional de saúde no Norte do Paraná, as marcas líderes desta categoria compartilham investimentos em tecnologia, comunicação digital e atendimento humanizado — uma combinação que revela uma compreensão clara: eficiência e acolhimento não competem entre si, se complementam.

Academia

A **Body Fit** passou a liderar o ranking de academias mais lembradas em Apucarana pelo primeiro ano. A marca está presente em outras cidades da região. No contexto nacional, o setor de academias segue em expansão pós-pandemia, com crescimento de opções de baixo custo, franquias e academias premium. A Body Fit se destaca por proximidade com o público e investimento em comunicação digital. Em um segmento competitivo, a retenção de alunos depende de preço, qualidade do equipamento, estrutura e experiência do usuário — fatores que a Body Fit tem priorizado para conquistar liderança na lembrança do consumidor local.

Farmácia

A **Farmácia São João** é a marca mais lembrada no segmento de farmácias em Apucarana, com impressionantes 30,5% das citações. O setor farmacêutico é altamente competitivo e fragmentado, com grandes redes nacionais conquistando escala por meio de preços, programas de fidelidade e presença em shopping e bairros. Apucarana, polo regional no Norte do Paraná, atrai tanto redes nacionais quanto comércios locais que ganham vantagem em atendimento personalizado e proximidade. A liderança da Farmácia São João indica forte confiança e penetração na comunidade local, atributos decisivos em um mercado onde preço, conveniência e confiança disputam a preferência do consumidor.

Farmácia de Manipulação

Referência em manipulação e saúde em Apucarana, a **Farmácia Saúde Manipulação** transforma o reconhecimento do consumidor em responsabilidade diária. Com trajetória iniciada em 1989 e atuação local desde 2000 no segmento de manipulação, a empresa destaca que sua força está na confiança construída por meio do atendimento humanizado, da qualidade dos produtos e do cuidado com cada cliente. Nos últimos 12 meses, intensificou investimentos em comunicação digital, presença nas redes sociais, automação dos canais de atendimento e ações voltadas à experiência do consumidor. Para 2026, o planejamento inclui fortalecer a marca, ampliar campanhas e aprimorar ainda mais serviços, mantendo o foco em saúde, bem-estar e vínculo com a comunidade.

Laboratório Médico

Celebrando 40 anos em 2026, o **Laboratório São Francisco** passou a liderar a lembrança do consumidor no segmento. Fundado em 1986, o laboratório ampliou investimentos em mídia e no atendimento ao cliente. Reconhecido pela

ACADEMIA	
Body Fit	**11,0%**
FIT	10,3%
Allp Fit	8,5%
Mega Fitness	7,8%
PHD Sports	5,3%
Outros	32,8%
Não lembra	24,3%

FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO	
Saúde	**26,0%**
Boticantiga	11,5%
Mil Folhas	7,5%
Londrifórmulas	6,8%
Calêndula	6,3%
Outros	13,0%
Não lembra	28,9%

FARMÁCIA	
São João	**30,5%**
Droga Raia	17,3%
Nissei	17,3%
Saúde	14,8%
Panvel	4,3%
Outros	11,8%
Não lembra	4,0%

LABORATÓRIO MÉDICO	
São Francisco	**24,5%**
São Marcos	20,8%
Apucarana de	10,0%
Bioclínico	4,3%
Center Lab	4,0%
Outros	9,0%
Não lembra	27,4%

PLANO DE SAÚDE	
Unimed	**51,5%**
Plano Prever	17,8%
Cartão de Todos	5,8%
Aliança	3,5%
AmorSaúde	3,5%
Outros	4,0%
Não lembra	13,9%

qualidade técnica, a empresa registrou crescimento de quase 10% na produção de exames em 2025. Os investimentos focam em inovação e forte presença digital, além de campanhas em outdoor e rádio. Com estrutura de 300m² e 15 profissionais, o laboratório planeja modernizar processos e implementar novas ferramentas digitais nos próximos anos. O objetivo é aprimorar a agilidade e precisão nos atendimentos, reafirmando o compromisso com a saúde da comunidade.

Plano de Saúde

Ser lembrada como marca líder na área da saúde tem para a **Unimed** Apucarana um significado que vai além: é a confirmação de uma relação construída com confiança, acolhimento e responsabilidade. Fundada em 1988, a cooperativa atua em dezenas de municípios do Vale do Ivaí e região. A Unimed Apucarana dispõe de 192 médicos cooperados ativos distribuídos em 38 especialidades. A cooperativa também conta com 126 pessoas atuando em prol dos beneficiários, que incluem profissionais terceirizados, estagiários e também colaboradores especialistas, analistas e gestores, além dos diretores da cooperativa. Sua estrutura contempla sede administrativa, clínicas próprias, serviços assistenciais e uma ampla rede credenciada formada por hospitais, clínicas, laboratórios e profissionais de saúde. Nos últimos 12 meses, a cooperativa registrou crescimento operacional, expansão de serviços próprios e resultado operacional líquido muito positivo, reflexo de um trabalho focado em eficiência, sustentabilidade e gestão estratégica. •



SERVIÇOS QUE CONSTROEM REPUTAÇÃO

Vender serviço é vender confiança e, no Brasil, onde a experiência do consumidor tornou-se critério decisivo de escolha, as empresas que negligenciam o relacionamento perdem espaço rapidamente. O setor de serviços nacional cresce impulsionado pela digitalização do atendimento, pela valorização da agilidade e pela demanda por soluções cada vez mais personalizadas. As marcas vencedoras desta categoria em Apucarana têm em comum a capacidade de equilibrar presença digital e contato humano, além de investimentos contínuos em inovação, capacitação de equipes e fidelização — prova de que, em serviços, a memória do consumidor se constrói em cada interação.



Agência de Turismo

A **CVC** Viagens mantém liderança na memória do consumidor de turismo em Apucarana, agradecendo o reconhecimento como reflexo da força da marca, o que reflete o empenho e a busca contínua de melhorias que aplicamos no nosso dia a dia, visando oferecer a melhor experiência de viagem aos clientes. Apesar das dificuldades macroeconômicas que o setor enfrentou, a agência investiu em novos formatos de comunicação de ofertas, especialmente em redes sociais — seu principal canal. A CVC realizou ações com a base de clientes, incluindo prospecção ativa e suporte durante a experiência da viagem. A empresa atua com pacotes de viagem, passagens aéreas, hotéis e locação de veículos, registrando crescimento de 20% no último ano. Presente em Apucarana desde 2009 e sob gestão atual há três anos, a CVC está consolidando uma parceria societária com outras três lojas da região em 2026, com foco em padronização de serviços, aumento de faturamento e atendimento rápido e qualificado.

Autoescola

Com 53 anos de história, a **Autoescola Guarany** mantém-se como ícone em Apucarana, alcançando 34,5% da lembrança dos consumidores no Top de Marcas 2026. A liderança da empresa familiar reflete a confiança gerada ao formar gerações de condutores com foco em segurança e qualidade. Adaptando-se às exigências contemporâneas, a instituição investiu no último ano em aulas com veículos automáticos, suporte via WhatsApp e uma presença robusta no marketing digital, visando modernizar a experiência do aluno. Com estrutura completa e equipe de 13 colaboradores, a Guarany atende todas as categorias de CNH. Para 2026, o objetivo é continuar sendo a referência em formação no trânsito. "Vamos investir em atualizações para toda a equipe, novas tecnologias no ensino, estar por dentro de todas as mudanças e se enquadrar da melhor forma para atender nossos clientes", revela Regina Galeriani do Nascimento, diretora geral da autoescola.

Consórcio

Reconhecida entre as marcas mais lembradas de Apucarana, a **Consórcio Carneiro** celebra um momento de consolidação no mercado e de fortalecimento da confiança construída com seus clientes ao longo dos anos. Atuando na cidade desde 2018, a empresa se destaca pela atuação voltada a consórcios de investimento, planejamento patrimonial e soluções financeiras inteligentes. Nos últimos 12 meses, ampliou sua presença digital, investiu em conteúdos educativos e modernizou processos para oferecer atendimento mais ágil e humanizado. Com equipe de 15 profissionais e mais de R$ 1 bilhão em créditos comercializados, a marca projeta 2026 com foco em expansão, eventos, novos formatos de atendimento e parcerias estratégicas.

Corretora de Seguros

Atender com proximidade quando o segurado mais precisa é o diferencial que posiciona a **H9 Seguros** como a marca líder na memória do consumidor no segmento de corretagem de seguros. Atuando desde o ano 2000 e com estrutura física em Apucarana e Arapongas, a corretora acredita que a confiança é decisiva e deve ser cultivada desde o primeiro contato até o suporte em momentos de "sinistro" (evento coberto por uma apólice de seguro). Com uma equipe de 26 integrantes e parcerias com mais de 15 seguradoras, a empresa oferece as melhores opções de cobertura e preços competitivos. Investindo na modernização da fachada, do site e na agilidade do WhatsApp, a H9 reafirma seu compromisso de crescer mantendo sua essência: oferecer atendimento qualificado e ser a corretora lembrada no momento crucial da proteção do patrimônio.

AGÊNCIA DE TURISMO	
CVC	**28,5%**
JN Turismo	7,0%
ETEC Turismo	4,0%
VMM	3,5%
Expresso Paloma	3,3%
Outros	10,3%
Não lembra	43,4%

AUTOESCOLA	
Guarany	**34,5%**
Bom Jesus	14,3%
Real VIP	10,8%
Apucarana	8,8%
Vitaltran	5,8%
Outros	7,0%
Não lembra	18,8%

EMPRESA DE CONSÓRCIO	
Carneiro	**15,5%**
Honda	8,5%
Ademicon	4,8%
Finincash	3,5%
União	2,8%
Outros	19,8%
Não lembra	45,1%

CORRETORA DE SEGUROS	
H9 Seguros	**9,3%**
Itaú Seguros	7,5%
Porto Seguro	4,8%
Bradesco Seguros	4,0%
Sicredi	2,5%
Outros	20,8%
Não lembra	51,1%

Top Serviço

Clube de Lazer

Ícone de lazer e convivência em Apucarana, o **Água Azul** celebra o reconhecimento como marca líder com sentimento de gratidão e responsabilidade. A história da instituição começou há quase 80 anos, com a chegada da família ao município, e se consolidou em 1983 com a inauguração do clube, hoje parte da memória afetiva da cidade. Atualmente, a estrutura conta com cerca de 20 colaboradores e passa por importantes avanços, como a implantação do reconhecimento facial nas portarias e o desenvolvimento de um aplicativo para associados. Em 2026, o destaque será a construção da nova piscina aquecida, projeto aguardado pelos associados e que reforça o compromisso com inovação e qualidade de experiência. A receita para o futuro está na ponta da língua: continuar inovando, mantendo a excelência e honrando a confiança de cada associado, que escolhe e recomenda a empresa.

Gráfica

Com 22 anos de atuação, **A Gráfica** mantém-se como referência em impressão e comunicação visual em Apucarana, unindo qualidade, constância e confiança na entrega de soluções para empresas, comércios e profissionais liberais. A empresa entende que ser lembrada como marca líder significa ocupar o primeiro lugar na cabeça do cliente quando o assunto é material gráfico com impacto e profissionalismo. Nos últimos 12 meses, os administradores participaram de feiras internacionais e eventos do setor em busca de tendências e tecnologias, ao mesmo tempo em que fortaleceram a presença digital e o atendimento personalizado. A estrutura segue preparada para ampliar serviços e melhorar processos, enquanto 2026 será dedicado à modernização tecnológica, expansão do portfólio e aperfeiçoamento contínuo da experiência do cliente.

Hotel

Pelo 18º ano consecutivo, o **Hotel Doral** reafirma sua liderança no Top de Marcas em Apucarana, mantendo o posto de referência em hospitalidade na região central da cidade. Segundo o diretor Silvio Camini, o hotel integra um seleto grupo de empresas de Apucarana que ganharam todas as edições do Top de Marcas na cidade. "Esse resultado é prova do carinho dos apucaranenses e do trabalho contínuo da nossa equipe", destaca Silvio Camini. Localizado





no coração de Apucarana, o Doral consolidou-se como ponto de passagem de artistas e palco de eventos importantes da cidade. A marca equilibra presença digital e acolhimento presencial: investe em redes sociais para manter o vínculo com o público e aposta na excelência do atendimento para garantir a melhor experiência aos hóspedes. O hotel segue em constante atualização, buscando inovações que reforcem seu compromisso com conforto e qualidade. Para a equipe, fazer parte deste grupo exclusivo de empresas apucaranenses "nos enche de satisfação".

Instituição Financeira de Crédito

Para o **Sicredi**, ser lembrado espontaneamente pelo apucaranense é reflexo direto do propósito e da forma como a empresa atua no dia a dia. A cooperativa destaca o atendimento próximo, relacionamento genuíno e valorização das pessoas, colocando o

CLUBE DE LAZER	
Água Azul	**41,0%**
Country Club	24,5%
28 de Janeiro	10,0%
Ody Park	2,0%
AABB	0,8%
Outros	5,0%
Não lembra	16,7%

HOTEL	
Hotel Doral	**34,5%**
Matrix Hotel	27,0%
Apucarana Palace	8,0%
Royal Plaza	6,8%
Lago das Pedras	1,3%
Outros	4,5%
Não lembra	17,9%

GRÁFICA	
A Gráfica	**22,5%**
Nikei Copiadora	7,3%
CopiArt	6,0%
Gráfica Callegari	4,0%
Margráfica	4,0%
Outros	16,8%
Não lembra	39,4%

INSTITUIÇÃO FINANCEIRA DE CRÉDITO	
Sicredi	**16,0%**
Itaú	14,5%
Banco do Brasil	14,0%
Caixa Econômica	12,3%
Bradesco	10,8%
Outros	28,5%
Não lembra	3,9%



Top Serviço

associado no centro das decisões. A empresa tem investido em inovação tecnológica, qualificação de equipes e contato humano, com áreas dedicadas à experiência do associado para atendimento ágil nos canais digitais e presenciais. O Sicredi é uma cooperativa com mais de 120 anos no Brasil, mais de 10 milhões de associados e, na área Agroempresarial PR/SP, mais de 800 colaboradores, 135 mil associados e 42 agências no Paraná e São Paulo. Nos últimos 12 meses, a cooperativa alcançou mais de R$ 5,8 bilhões em ativos totais, R$ 2,6 bilhões em crédito, R$ 441 milhões em patrimônio líquido e R$ 106,5 milhões em resultado, com 40 anos de história em Apucarana. O foco para o futuro é fortalecer o modelo cooperativo, ampliar soluções financeiras e intensificar relacionamento, oferecendo mais de 300 produtos e serviços para pessoas físicas, empresas e agronegócio, sempre com o associado como dono do negócio.

Monitoramento Eletrônico

A **Inviolável** Apucarana lidera há anos o segmento de monitoramento eletrônico na cidade e vê o reconhecimento como "motivo de enorme orgulho para nós da Inviolável Apucarana". Para Edélcio Marques, gerente da Inviolável Apucarana, o prêmio "reafirma a confiança que a comunidade deposita em nosso trabalho e valida nosso compromisso diário com a segurança, a responsabilidade e a excelência". A empresa vem intensificando investimentos em inovação tecnológica, ampliando soluções de monitoramento inteligente, integração de sistemas e respostas mais rápidas. Também reforçou a comunicação digital e o atendimento



humanizado, além de treinamento interno para atendimento ágil e personalizado. A unidade conta com dezenas de colaboradores especializados em monitoramento 24h, suporte técnico, atendimento e gestão, atendendo clientes residenciais, comerciais e industriais. Presente em Apucarana desde 1996, a Inviolável completa quase três décadas de atuação na cidade. A empresa prepara novas melhorias tecnológicas para este ano, ampliação de serviços e investimentos em automação e inteligência aplicada à segurança.

Petshop

Com 23 anos de história em Apucarana, a **MiAu Petshop** celebra o reconhecimento como marca líder na memória dos consumidores com emoção e responsabilidade. "É de extrema importância, principalmente porque desde que existe essa categoria no Top de Marcas, sempre fomos a marca mais lembrada. Gratificante demais", exclama a médica veterinária e proprietária, Maria Raquel Scaff Pereira. Fundada em 29 de março de 2003, a empresa construiu uma trajetória baseada em atendimento personalizado, cuidado individualizado e atenção ao bem-estar animal. Hoje, conta com oito profissionais distribuídos entre pet shop, consultório, banho e tosa e laboratório veterinário. Nos últimos meses, o foco esteve na manutenção da qualidade dos produtos e serviços, sempre com amor e respeito aos clientes de quatro patas. Para 2026, a expectativa é seguir crescendo com novidades e aprimorando a experiência de quem confia na marca.

Transportadora

Excelência logística e 30 anos de uma trajetória sólida elevam a **Transportadora Trans Apucarana** ao topo do segmento de transporte em nossa região. A liderança na memória do consumidor é encarada pela empresa como a confirmação de que o compromisso com a qualidade dos serviços prestados está no caminho certo. Com uma operação robusta que conta com 13 filiais espalhadas pelo Paraná, Santa Catarina e São Paulo, e uma equipe de 438 colaboradores, a transportadora foca em modernização contínua. Para os próximos meses de 2026, os planos incluem a otimização de processos, investimentos em tecnologia e capacitação das equipes. O objetivo é ampliar oportunidades e garantir um serviço cada vez mais seguro, eficiente e próximo das necessidades logísticas dos clientes. •

MONITORAMENTO ELETRÔNICO	
Inviolável	**12,3%**
Águia	10,0%
Grupo DZ Segurança	7,5%
J. Souza	4,0%
Anjo System	3,3%
Outros	11,0%
Não lembra	51,9%

PET SHOP	
Mi-Au	**11,5%**
AgroPet	5,3%
Pererinha	4,8%
Aukimia	4,3%
Center Vet	3,3%
Outros	19,5%
Não lembra	51,3%

TRANSPORTADORA	
Trans Apucarana	**34,0%**
Correios	8,8%
Excellence	7,5%
Expresso São Miguel	4,5%
Viação Garcia	4,3%
Outros	14,3%
Não lembra	26,6%





O VAREJO QUE ENTENDE O **CONSUMIDOR APUCARANENSE**

O varejo enfrenta um cenário de intensa transformação no país: crescimento do e-commerce, mudança nos hábitos de consumo pós-pandemia e um consumidor mais informado, exigente e conectado. Ao mesmo tempo, o varejo local tem um trunfo que as grandes plataformas não conseguem replicar — a proximidade. Em Apucarana, as varejistas investiram no último ano em comunicação digital, diversificação de mix, modernização de processos e, sobretudo, em relacionamento autêntico com o cliente. O resultado é um varejo plural, onde décadas de história e estratégias contemporâneas convivem para manter marcas vivas na memória e no coração do consumidor.

Colchão

Com mais de 60 anos de história, a Colchão **Castor** vê no reconhecimento como marca mais lembrada em Apucarana um símbolo de confiança, credibilidade e vínculo emocional com os consumidores. Fundada em 1962, em Ourinhos, a empresa construiu uma forte presença nacional, com quatro fábricas e mais de 300 lojas físicas, além de atuação em colchões, móveis, estofados, travesseiros e acessórios para o lar. Nos últimos 12 meses, a empresa intensificou investimentos em inovação, sustentabilidade e experiência do consumidor, ampliando linhas premium e sustentáveis, como Green Star e BIOVISCO™. Para 2026, o plano inclui modernização de lojas, fortalecimento do omnichannel, novos produtos e iniciativas ecológicas, sempre com foco em conforto, saúde, bem-estar e proximidade com o cliente.

Fábrica de Bonés

A **Itália Milano Bonés** entende que estar na memória do consumidor é reflexo de um trabalho que gera impacto real. "Esse reconhecimento é fruto de muita dedicação, constância, investimento em qualidade e, principalmente, respeito as pessoas", afirma Tiago Gabardo, diretor comercial, em relação aos valores que sustentam a trajetória da empresa há mais de três décadas. Nos últimos 12 meses, intensificou investimentos em inovação, tecnologia, comunicação e relacionamento, modernizando equipamentos, aperfeiçoando processos e fortalecendo a presença digital. Com expansão em fase final, a fábrica deve ultrapassar 7 mil metros quadrados e reunir mais de 180 colaboradores diretos, atuando em bonés, viseiras, chapéus, camisetas, bolsas e projetos personalizados. Para 2026, o foco é crescer de forma estruturada e sustentável, com nova área produtiva e mais agilidade na entrega.

Floricultura

Com mais de 20 anos de atuação em Apucarana, a **Floricultura Channel** celebra o reconhecimento do consumidor como estímulo para seguir investindo em qualidade e atendimento. A empresa ampliou sua estrutura no último ano, adicionando uma nova sala comercial, reforçando câmaras frias, layout e infraestrutura, além de contar hoje com três salas e oito funcionários. No digital, a marca aposta forte no Instagram, que já soma quase 7 mil seguidores, e no WhatsApp, principal canal de vendas.
O crescimento mais expressivo vem do setor

COLCHÃO	
Colchões Castor	**16,8%**
Ortobom	13,0%
Gazin Colchões	13,0%
Anjos Colchões	7,3%
Colchões Confort Flex	2,3%
Outros	12,0%
Não lembra	35,6%

FÁBRICA DE BONÉS	
Itália Milano	**7,5%**
Texas Farm Store	7,3%
Bonelli Bonés	4,8%
Cris Bonés	4,3%
Manos Caps	4,0%
Outros	26,0%
Não lembra	46,1%

FLORICULTURA	
Channel	**27,5%**
Flor e Arte	26,0%
Azaléia Flores	3,0%
Estação das Flores	3,0%
Primavera	1,5%
Outros	6,2%
Não lembra	32,8%

LOJA DE BRINQUEDOS	
Carrossel Brinquedos	**32,5%**
Giga/Lojas G	12,3%
Tapete Mágico	7,3%
Ri happy	4,5%
Cubo Mágico	4,0%
Outros	12,5%
Não lembra	26,9%

LOJA DE ESPORTE	
Esportes Camisa 10	**38,0%**
Sport Center	13,5%
GRG Sport	9,0%
Centauro	7,3%
Hard Skate Shop	1,8%
Outros	5,3%
Não lembra	25,1%

de buquês, enquanto cestas e coroas seguem entre os principais produtos. Para 2026, a proposta é continuar inovando em embalagens, formatos e estética, oferecendo uma experiência ainda mais ampla e bonita ao cliente. "Estamos muito felizes com esse reconhecimento. E ser reconhecida como uma marca líder nos fazer ter ainda mais responsabilidade e comprometimento com nosso cliente que lembrou da nossa marca", afirma a sócia-proprietária da empresa, Bárbara Assunção Sinosaki.

Loja de Brinquedos

Com 24 anos de atuação, a **Carrossel** reforça sua presença no mercado ao unir credibilidade, atendimento de qualidade e uma comunicação cada vez mais próxima das famílias. A empresa, que conta com cinco colaboradores, registrou crescimento de 14% nos últimos 12 meses e aposta nas redes sociais para manter clientes informados sobre novidades e ampliar seu alcance. O reconhecimento como marca líder na memória do consumidor confirma, segundo a própria empresa, que o caminho escolhido está correto e fortalece ainda mais a relação de confiança construída ao longo dos anos. Para 2026, o foco segue em atualização constante, trazendo novidades ao universo infantil sem renunciar à excelência no atendimento.

Loja de Esporte

A **Camisa 10** vê no reconhecimento como marca mais lembrada uma confirmação da conexão construída com o consumidor ao longo de mais de cinco décadas de história. Há 28 anos sob a atual direção, a loja esportiva mantém sua presença em Apucarana com a proposta de ser



Top Varejo

referência em material esportivo, unindo tradição e atendimento próximo. Nos últimos meses, a comunicação seguiu apoiada em mídias sociais, rádio, TV e WhatsApp, mantendo a marca presente no cotidiano dos clientes. Embora não tenha registrado crescimento de equipe no período, a empresa preserva sua estrutura e aguarda o cenário pós-eleições para definir os próximos passos de 2026, sempre em sintonia com as mudanças do mercado e do ambiente econômico.

Loja de Informática

A **iHard Tecnologia** mantém a liderança como a a marca mais lembrada no segmento de informática em Apucarana. "Esse reconhecimento demonstra que nosso trabalho está sendo percebido e valorizado pela comunidade. Mais do que uma conquista empresarial, é a confirmação da confiança construída ao longo dos anos por meio de atendimento de qualidade, transparência e compromisso com cada cliente", destaca Silvana Rezende de Freitas, sócia-proprietária da iHard Tecnologia. A iHard vem intensificando investimentos em presença digital, modernização dos processos internos, capacitação da equipe e ampliação dos canais de atendimento. Também fortaleceu a comunicação nas redes sociais e plataformas digitais, buscando estar cada vez mais próxima dos clientes e oferecer experiência ágil, eficiente e personalizada. Com mais de 20 anos de atuação em Apucarana, a iHard construiu reputação sólida baseada na confiança, na qualidade dos serviços prestados e no compromisso permanente com a satisfação dos clientes.

LOJA DE INFORMÁTICA	
iHard Tecnologia	**38,0%**
JL Informática	2,8%
Max Informática	2,3%
Kairos Informática	1,5%
CCI Informática	0,8%
Outros	6,0%
Não lembra	48,9%

LOJA DE MÓVEIS	
Valdar Móveis	**16,0%**
Casa Bahia	15,8%
Lojas Colombo	12,5%
Magazine Luiza	11,8%
Móveis São José	7,5%
Outros	16,3%
Não lembra	20,1%



LOJA DE PRODUTOS DE LIMPEZA	
Real Limp	**20,5%**
Levelimp	14,3%
Limpalux	4,0%
Apulimp	3,3%
Ingalimp	3,0%
Outros	5,8%
Não lembra	49,1%

Loja de Móveis

Ser lembrada espontaneamente pelo consumidor é, para a **Valdar Móveis,** uma das maiores conquistas. Com 37 anos de história, a marca firmou-se no varejo de móveis, eletros, tecnologia e utilidades domésticas, construindo proximidade com as famílias de Apucarana e região. Nos últimos 12 meses, intensificou investimentos em comunicação digital, redes sociais, campanhas promocionais e atendimento humanizado, ao mesmo tempo em que modernizou processos internos e ampliou o mix de produtos. A empresa atua com mais de 50 lojas no Paraná e em expansão para Santa Catarina. Em Apucarana, conta com cerca de 15 colaboradores diretos. Para 2026, a estratégia é fortalecer a marca, ampliar ações digitais e seguir contribuindo para a realização dos sonhos dos consumidores.

Loja de Produtos de Limpeza

Celebrando 20 anos de atuação regional, a **Real Limp** lidera o segmento de produtos de limpeza no Top de Marcas 2026, com 20,5% da lembrança do apucaranense. O reconhecimento baseia-se na entrega de produtos de alto rendimento que compõem a "REAL fórmula da limpeza". No último ano, a empresa priorizou um ciclo de expansão contundente, triplicando sua capacidade fabril, otimizando a logística de entregas e diversificando o mix de produtos. Com 29 colaboradores, a organização, que possui unidades em Apucarana e Arapongas, aposta na qualificação técnica contínua para oferecer um atendimento personalizado e eficiente. Para 2026, a estratégia da Real Limp concentra-se na inovação constante, na ampliação da presença comercial e no desenvolvimento de novas soluções, mantendo o compromisso de



Top Varejo

LOJA DE ROUPA FEMININA	
Jolly	**11,0%**
Pernambucanas	10,8%
B1 Moda	10,0%
Bonny Boutique	8,0%
For Boys For Girls	7,5%
Outros	36,8%
Não lembra	15,9%

LOJA DE ROUPA INFANTIL	
Pimpolho	**18,3%**
Loja João e Maria	6,8%
Bambolê	4,5%
Carinha de Anjo	4,0%
Bebê Chic	3,8%
Outros	28,5%
Não lembra	34,1%

LOJA DE ROUPA MASCULINA	
Bonny Sport Wear	**14,0%**
B1 Moda	11,0%
For Boys For Girls	9,3%
Pernambucanas	7,0%
O Doidão	6,8%
Outros	35,8%
Não lembra	16,1%

ÓTICA	
Óticas Diniz	**23,5%**
Ótica Especializada	13,5%
Ótica Iris	9,5%
Caracol	8,3%
Gouveia Ótica	4,0%
Outros	25,0%
Não lembra	16,2%

Este título mostra que estamos no caminho certo, entregando valor e mantendo um relacionamento próximo

satisfação que a consolidou como a escolha principal dos consumidores.

Loja de Roupa Feminina

A **Jolly**, marca de roupas femininas com 47 anos de mercado em Apucarana, reforça sua liderança na lembrança do consumidor feminino da região. Para a empresa, "é muito gratificante e nos sentimos realizados em estar presente mais um ano, na memória do nosso cliente". A loja tem investido em aproximação com a cliente por meio de mídias digitais e relacionamento próximo. A equipe da Jolly é de seis pessoas e, mesmo em um cenário nacional desafiador, a equipe tem se superado. Para os próximos meses de 2026, o foco é fidelizar clientes com um relacionamento autêntico. A longa trajetória da Jolly, combinada com atualização constante em comunicação, sustenta sua força no competitivo mercado de moda feminina local.

Loja de Roupa Infantil

Construir uma conexão profunda com o público ao longo de 24 anos é o segredo que consagra a **Pimpolho** como a grande referência no segmento de vestuário, calçados e acessórios infantis em Apucarana. A liderança na memória do consumidor, segundo a gestão, é fruto de um compromisso inabalável com a qualidade dos produtos e a criação de uma experiência diferenciada, que inclui um amplo espaço com área kids para conforto das famílias. "Este título mostra que estamos no caminho certo, entregando valor e mantendo um relacionamento próximo", reforça a empresa. Investindo constantemente em inovação para acompanhar as demandas do nicho, a Pimpolho planeja para os próximos meses fortalecer ainda mais sua presença no mercado com ações focadas na experiência do cliente, mantendo sempre a variedade que o público confia e valoriza.

Loja de Roupa Masculina

Presente em Apucarana há 18 anos, a loja de roupas masculinas **Bonny Sport Wear** celebra mais um ano de

destaque na memória do consumidor. A empresa classifica como "realizadora" a sensação de permanecer por mais um ano no coração e na mente dos clientes. Aliando tradição à constante inovação, a empresa busca estar o mais próximo possível do cliente, fortalecendo presença nas mídias digitais. O quadro atual é de 6 pessoas na Bonny Sport e a estratégia para este ano é fidelizar clientes, mantendo um relacionamento próximo e verdadeiro. A empresa combina tradição e modernidade para resistir à concorrência e às mudanças de comportamento do consumidor masculino.

Ótica

Com 12 anos consecutivos no topo, a **Óticas Diniz** consolida sua liderança no segmento ótico de Apucarana. A liderança reflete 15 anos de atuação pautada em confiança, credibilidade e atendimento humanizado. A empresa tem focado seus investimentos em inovação e na experiência do cliente. Ampliou a presença digital com campanhas nas redes sociais e diversificou o mix de produtos, incluindo novas tecnologias em lentes. Essa postura permite à Óticas Diniz ditar tendências, unindo moda, tecnologia e bem-estar. A equipe qualificada busca excelência no atendimento. Para 2026, os planos envolvem manter os investimentos em inovação e criar ações exclusivas, reforçando o compromisso com a comunidade apucaranense. •





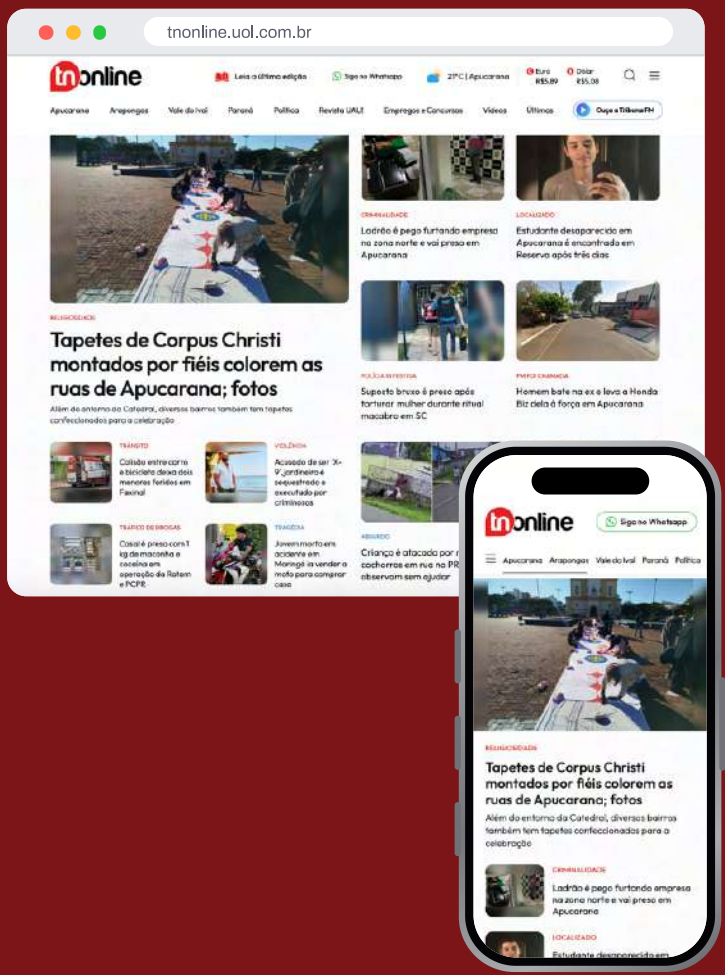
REFERÊNCIA EM INFORMAÇÃO

1º LUGAR

JORNAL IMPRESSO

SITE DE NOTÍCIAS





Mais uma vez, a **Tribuna do Norte** e o **TNOnline** foram eleitos os nomes mais lembrados dos apucaranenses — primeiro lugar em duas categorias: Jornal Impresso e Site de Notícias. Um reconhecimento que nasce da credibilidade que torna ambos referência em informação para Apucarana e região.

TRIBUNA DO NORTE | tnonline | TOP DE MARCAS 2026 — As marcas mais lembradas pelos apucaranenses — 18 ANOS