

Instituto Universitário da Maia  
Departamento de Ciências Empresariais

**Marketing de Serviços:**  
**Análise da perceção da Qualidade do Serviço**  
**Caso de estudo: Lidl Portugal**

Nome: João Pedro Teixeira da Lapa  
Dissertação de Mestrado em Gestão de Empresas

Orientador:  
Professor Doutor José Manuel Silva Carvalho Vieira

Setembro de 2020

# Marketing de Serviços: Análise da percepção da Qualidade de Serviço

## Caso de estudo: Lidl Portugal

### RESUMO

A crescente interdependência dos países e mercados é uma realidade incontornável. As empresas concorrem num mercado global, que lhes coloca novos e constantes desafios nos negócios e que determina a crescente importância da inovação para servir melhor aos clientes.

No caso português, esta afirmação assume uma pertinência muito particular. A busca pela produtividade, diferenciação e consequente supremacia em relação aos concorrentes dita as regras num mercado de números.

Utilizando as metodologias qualitativa (estudo de caso) e quantitativa (recolha e análise de dados primários), os objetivos fundamentais deste trabalho são analisar e perceber, fazendo o enquadramento com a literatura, de que forma os serviços são entregues e perceber se estão a ser feitos da melhor forma possível e como, caso não estejam a ser, poderiam ser.

Especificamente, pretende-se estudar e analisar em que consiste a área do marketing de serviços e como o serviço dos supermercados Lidl é entregue e com que grau de satisfação.

Para o caso em análise, verificou-se as razões/fatores que motivam e influenciam a empresa a entregar mais valor.

**Palavras-chave:** Marketing, Marketing de Serviços, Qualidade do Serviço, Retalho