

## RESUMO

Este trabalho procura demonstrar o papel fundamental das atividades de marketing e de qualidade para o desempenho das organizações, e também, a importância da inter-relação entre essas duas áreas como uma forma altamente eficaz na contribuição ao atingimento das metas estabelecidas pelas organizações.

Para demonstrar o proposto, foi tratado inicialmente o papel fundamental de cada uma das funções isoladamente. Em seguida, tratou-se a importância e as vantagens advindas da relação entre essas duas áreas, na busca de um objetivo principal das organizações, ou seja, o melhor atendimento ao cliente final através da agregação de valor aos seus produtos e serviços, de forma perceptível a este cliente, obtendo assim, a sua sobrevivência de forma sustentável no mercado competitivo.

A primeira parte deste trabalho descreve, através da obra de autores renomados, as principais atividades e a importância conceitual da percepção do papel fundamental das atividades de qualidade e marketing.

Ainda nesta fase, o trabalho também chama a atenção para a importância estratégica de garantir que a interligação das atividades dessas áreas ocorra de tal forma que os resultados possam ser mensurados na forma de valores percebidos pelo cliente. Assim, o trabalho conjunto entre essas áreas pode garantir o real atendimento real às diversas necessidades dos clientes acerca da qualidade, nas diversas fases do produto, desde sua concepção até a sua maturidade.

Na segunda parte deste trabalho, descreve-se a experiência da empresa CNH Latin America Ltda. com a manutenção das atividades de qualidade e marketing de forma interligada. Também descrevem-se, as formas de trabalho que esta empresa utiliza para propiciar a troca de informações necessárias e suficientes para cumprir os resultados esperados.