O impacto do marketing digital nas empresas de fast-food: O caso McDonald's

Autor(res)

Rafael Gonçalves Campolino
Pedro Henrique Compan Silva Moreno
Adalberto Felix De Oliveira
Rafael Da Silva Ribeiro
Gustavo Luz Salustiano
Eduardo Edval Da Silva

Categoria do Trabalho

Iniciação Científica

Instituição

UEG - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS

Introdução

A melhor propaganda é feita por clientes satisfeitos (Kotler, 2000). Neste estudo foi abordado o papel das redes sociais no contexto da geração de estratégias digitais para atrair e manter clientes, a partir da indústria alimentícia, em especial, a rede de fast foods McDonald's. A rede de restaurantes investe em publicidade online, marketing de conteúdo, uso de dados e personalização das redes sociais, compreendendo o papel do marketing digital para alcançar clientes. A partir de relatórios estratégicos é possível inferir que o marketing é crucial na empresa de fast food, pois é o principal fator para atrair clientes no mercado competitivo e diversificado (Arcos Dorados, 2025a; 2025b, 2024).
A estratégia do setor vai muito além de apenas anunciar uma refeição – hambúrguer –, é sobre construir uma marca, gerar interesse e garantir que a empresa permaneça na zona de decisão – a mente do consumidor – (Kotler, 2000).

Objetivo

Objetivos:
Analisar o papel do marketing digital como influenciador da decisão de compra de clientes de fast food. Compreender as principais estratégias, de marketing digital, utilizadas pela rede McDonald's.
E finalmente, conhecer os principais resultados oriundos das campanhas digitais da rede de fast food McDonald's.

Material e Métodos

Materiais e Métodos:
Esta pesquisa foi estruturada com uma abordagem qualitativa, centrada na compreensão aprofundada dos objetivos da investigação. Quanto aos objetivos, tratou-se de uma investigação descritiva, com o propósito de caracterizar e detalhar os aspectos do marketing digital no contexto do McDonald's. E partiu do uso procedimental bibliográfico e documental (Gil, 2008). A revisão bibliográfica foi

construída a partir de estudos publicados na Scientific Electronic Library Online (SciELO), compreendendo o período de 2020 a 2025, garantindo assim rigor científico e atualidade à pesquisa. Os critérios de inclusão empregados seguiram os seguintes descritores: “marketing digital”, “McDonald's”, “publicidade”, "fast food" e “regulação de alimentos ultraprocessados”, uma vez que a regulação oferece impacto nas estratégias de comunicação corporativas.

Resultados e Discussão

Resultados e Discussão:
O marketing consegue influenciar diretamente na decisão do consumidor, afinal ele não busca apenas preço e conveniência, mas também valores e estilos de vida (Kotler, 2000). No contexto do McDonald’s, são associados produtos e práticas sustentáveis à campanha, como o incentivo à reciclagem que agregam valor à marca e o poder de criar uma conexão emocional com público que irá decidir a compra (Moraes e Strehlau, 2020).
Nessa senda, é verificado que a combinação entre estratégias digitais criativas, divulgação de metas de sustentabilidade e análise de dados fortalecem a vantagem competitiva do McDonald’s em relação aos seus concorrentes. Assim, o marketing digital apresenta-se como um instrumento essencial para transmitir propósito, inovação e transparência, uma pequena interação digital se transforma em uma experiência de consumo consciente e de impacto positivo (Kotler, 2000) e essas estratégias podem ser observadas em seus relatórios de gestão.

Conclusão

Conclusão:
O estudo feito sobre o marketing digital do McDonald’s atingiu os objetivos propostos e foi possível constatar que o marketing digital assume papel decisivo na escolha do consumidor e influencia as escolhas do consumidor e a forma como ele relaciona-se com o McDonald’s. Utilizando de estratégias digitais, mais especificamente campanhas em redes sociais, marketing de conteúdo específicos e personalizando anúncios.

Referências

ARCOS DORADOS. “Relatório de Impacto Social e Desenvolvimento Sustentável 2024”. Disponível em: [https://www.arcosdorados.com/pt/receitadofuturo/relatorio-2024/] (https://www.arcosdorados.com/pt/receitadofuturo/relatorio-2024/). Acesso em: 25 set. 2025.
ARCOS DORADOS. “ARCO 2Q25 Results Presentation (Second Quarter 2025 Results)”, 13 ago. 2025a
Disponível em: [https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/67d33ccc-a514-4298-9d4bd205a4046dc6/482219d7-f10f-f2e8-f6aa-dfc030b6e066?origin=1] (https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/67d33ccc-a514-4298--9d4bd205a4046dc6/482219d7f10f-f2e8-f6aa-dfc030b6e066?origin=1). Acesso em: 25 set. 2025.
ARCOS DORADOS. “Arcos Dorados Reports Second Quarter 2025 Financial Results”. Business Wire, 13 ago. 2025b. Disponível em: [https://investor.wedbush.com/wedbush/article/bizwire-2025-8-13-arcos-dorados-reports-second-quarter-2025-financial-results]