



## **INTERATIVIDADE DOS APLICATIVOS MOBILE: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**

### *INTERACTIVITY OF MOBILE APPLICATIONS: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW*

**DIOGO LEITE DA CRUZ**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

**RONY CASTRO FERNANDES DE SOUSA**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

**JOSUE JEAN DANIEL ETIENNE**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

**JÚLIO ARAUJO CARNEIRO CUNHA**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

#### **Nota de esclarecimento:**

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o IX SINGEP e a 9ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **20, 21 e 22 de outubro de 2021**.

Agradecimento à orgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

## **INTERATIVIDADE DOS APLICATIVOS MOBILE: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**

### **Resumo**

Dentro do contexto tecnológico, a interatividade tem sido objeto de estudo por diversos autores, trazendo contribuições para o ambiente online e mobile. A partir disso, este estudo tem como objetivo identificar as principais descobertas e contribuições sobre a interatividade dos aplicativos mobile por meio de uma revisão sistemática sobre o estoque de conhecimentos entre os anos de 2009 a 2020. A busca foi realizada em duas bases, Web of Science (WOS) e Scopus, garantindo maior cobertura para os achados. Entretanto, há poucos estudos que abordam a interatividade dos aplicativos, isso porque o desenvolvimento desse tipo de software começou a partir de 2009. Nesse contexto, essa revisão pode trazer contribuições valiosas para a literatura e os negócios.

**Palavras-chave:** Interatividade, aplicativos mobile, revisão sistemática da literatura



## *INTERACTIVITY OF MOBILE APPLICATIONS: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW*

### **Abstract**

In the technological context, interactivity has been the object of study by several authors, bringing contributions to the online and mobile environment. This study aims to identify the main discoveries and contributions about the interactivity of mobile applications through a systematic review of the stock of knowledge between the years 2009 to 2020. The search was extracted in two databases, Web of Science (WOS) and Scopus, ensuring greater coverage of the findings. However, there are few studies that address the interactivity of applications, because the development of the applications was started in 2009, a historic and important moment. In this context, this review can bring valuable contributions to literature and business.

**Keywords:** Interactivity, mobile apps, systematic literature review

## **INTERATIVIDADE DOS APLICATIVOS MOBILE: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**

### **Contextualização:**

A interatividade *mobile* e dos aplicativos está vinculada ao grau de interação percebida pelo usuário, considerando o nível de controle e sincronicidade com a comunicação (Ou, Pavlou & Davison, 2014). Embora muitos estudos tenham sido conduzidos sobre a interatividade, ainda há poucos estudos sobre sua relação com *mobile* e aplicativos. Sendo assim, faz-se necessária e oportuna uma revisão sistemática sobre o tema para refletir sobre o estado atual do campo de pesquisa e sua aplicabilidade.

### **Objetivos:**

O objetivo geral deste estudo é identificar as principais descobertas e contribuições sobre a interatividade dos aplicativos *mobile* por meio de uma revisão sistemática da literatura no período de 2009 a 2020. A partir disso, surgem os objetivos específicos: (1) categorizar as principais descobertas sobre a temática; (2) destacar as principais contribuições dos artigos revisados; (3) identificar as lacunas e possíveis estudos futuros a partir dessa revisão.

### **Fundamentação Teórica:**

A interatividade relacionada a aplicativos *mobile* tem recebido atenção prolífica do meio acadêmico, alguns autores como Lee (2005); Chen & Yen (2004); Alalwan et al. (2020), abordaram o construto de Interatividade. Já em relação aos aplicativos *mobile* tem sido estudado por autores como, Ou et al., (2014); Fang, (2017); Hsu & Tang (2019).

### **Metodologia:**

Adotou-se o método de revisão sistemática da literatura, para identificar as principais contribuições acerca da problemática de pesquisa (Tranfield, Denyer & Smart, 2003). A pesquisa teve início em maio de 2020, com a busca das palavras chaves “Interact\*” AND “mobile applications” OR “mobile apps” em duas bases de dados com notoriedade acadêmica. No processo de busca, limitou-se as categorias: *business, management, communication e psychology*

### **Resultados e Análises:**

Foram selecionados e validados 80 artigos com base nos fatores de impactos JCR (Journal Citation Reports) publicado em 2021 e SJR (Scientific Journal Rankings) publicado em 2020. Considerou-se um crescimento nas publicações, sendo 11,25 % em 2018, 18,75% em 2019 e 36,25% em 2020. As pesquisas estão focadas na perspectiva da empresa, enquanto outros investigaram a perspectiva do usuário. Os estudos estão voltados à aplicativos de marca, varejo, compram turismo, bank, delivery, jogos e educação.

### **Considerações Finais**

Conclui-se que os estudos sobre interatividade dos aplicativos *mobiles* é de grande relevância acadêmica e gerencial, pois há um crescimento no número de pesquisas, principalmente nos anos de 2019 e 2020. E os estudos estão concentrados nos principais periódicos especializados

nas áreas de negócios, marketing, turismo e varejo. As principais contribuições estão voltadas para o desenvolvimento e melhoria da relação usuário e empresa, sendo a interatividade um dos principais responsáveis pelo melhor engajamento nos aplicativos.

**Palavras-chaves:** Interatividade; aplicativos *mobile*; revisão sistemática da literatura

#### **Referências:**

Alalwan, A. A., Algharabat, R. S., Baabdullah, A. M., Rana, N. P., Qasem, Z., & Dwivedi, Y. K. (2020). Examining the impact of mobile interactivity on customer engagement in the context of mobile shopping. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(3), 627–653. <https://doi.org/10.1108/JEIM-07-2019-0194>

Chen, K., & Yen, D. C. (2004). Improving the quality of online presence through interactivity. *Information and Management*, 42(1), 217–226. <https://doi.org/10.1016/j.im.2004.01.005>

Fang, Y. H. (2017). Exploring task-service fit and usefulness on branded applications continuance. *Journal of Services Marketing*. 34(2014), 40–58. <https://doi.org/10.1108/JSM-07-2016-0256>.

Hsu, T. H., & Tang, J. W. (2019). Development of hierarchical structure and analytical model of key factors for mobile app stickiness. *Journal of Innovation and Knowledge*, 5(1), 68–79. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.01.006>.

Lee, T. (2005). The Impact of Perceptions of Interactivity on Customer Trust and Transaction Intentions in Mobile Commerce. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6(3), 165.

Ou, C. X., Pavlou, P. A., & Davison, R. M. (2014). Swift guanxi in online marketplaces: The role of computer-mediated communication technologies. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 38(1), 209–230. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2014/38.1.10>.

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review\* Introduction: the need for an evidence-informed approach. *British Journal of Management*, 14, 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>.