

ARTIGOS

Submetido 23-04-2024. Aprovado 22-01-2025

Avaliado pelo sistema de revisão duplo-anônimo. Editor Associado: David Ahlstrom

Os/As avaliadores/as não autorizaram a divulgação de sua identidade e relatório de avaliação por pares.

Versão traduzida | DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020250501x>

RELIGIOSIDADE E INOVAÇÃO: EVIDÊNCIA EMPÍRICA DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NA NIGÉRIA

Religiosity and innovation: Empirical evidence from small and medium-sized enterprises in Nigeria

Religiosidad e innovación: Evidencia empírica de pequeñas y medianas empresas en Nigeria

Olusegun Timothy Odesola¹ | segunodesola@oauife.edu.ng | ORCID: 0000-0003-4017-1042

*Autor correspondente

¹Obafemi Awolowo University, Department of Management and Accounting, Ile-Ife, Nigéria

RESUMO

Esta investigação empírica examinou a relação entre as dimensões da religiosidade e a inovação entre as Pequenas e Médias Empresas (PMEs) na Nigéria. Explorou como diferentes dimensões da religiosidade – cognitiva, normativa e reguladora – estão conectadas à inovação dentro das PMEs. Utilizando uma amostra de 393 PMEs na região sudoeste da Nigéria, os dados foram coletados em questionários administrados por meio de amostragem estratificada proporcional ao tamanho. O estudo analisou as dimensões da religiosidade e sua influência nos resultados de inovação. As descobertas revelaram conexões significativas entre as dimensões da religiosidade e a inovação entre as PMEs. Em primeiro lugar, a dimensão cognitiva da religiosidade indicou uma influência considerável nos comportamentos inovadores ($t = 2.320, p < .001$). Em segundo lugar, a dimensão normativa da religiosidade impactou substancialmente os resultados da inovação entre as PMEs ($t = 8.397, p < .001$). Por último, a dimensão reguladora da religiosidade emergiu como um preditor robusto ($t = 5.558, p < .001$), sublinhando seu papel substancial em impulsionar comportamentos inovadores entre as PMEs na Nigéria. Essas descobertas contribuem para a compreensão da complexa relação entre religiosidade e inovação, particularmente dentro do setor de PMEs na Nigéria. Também fornecem insights sobre como políticas e práticas poderiam fomentar a inovação dentro das PMEs, considerando as dimensões da religiosidade no desenvolvimento de estratégias para promover comportamentos inovadores.

Palavras-chaves: inovação, dimensões da religião, dimensão cognitiva, dimensão normativa, dimensão regulatória.

ABSTRACT

This empirical investigation examined the relationship between dimensions of religiosity and innovation among Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in Nigeria. It explored how different dimensions – cognitive, normative, and regulatory – of religiosity are connected to innovation within SMEs. Using a sample of 393 SMEs in the southwest region of Nigeria, data were collected via questionnaires administered through stratified sampling proportional to size. The study analyzed religiosity dimensions and their influence on innovation outcomes. The findings revealed significant connections between dimensions of religiosity and innovation among SMEs. Firstly, the cognitive dimension of religiosity indicated a considerable influence on innovative behaviours ($t = 2.320, p < .001$). Secondly, the normative dimension of religiosity substantially impacted innovation outcomes among SMEs ($t = 8.397, p < .001$). Lastly, the regulatory dimension of religiosity emerged as a robust predictor ($t = 5.558, p < .001$), underlining its substantial role in driving innovative behaviours among SMEs in Nigeria. These findings contribute to understanding the complex relationship between religiosity and innovation, particularly within the SME sector in Nigeria. The study is unique because it used primary data, applied the Religiosity-Innovation Dynamics (RID) theory and SMEs' firm and individual innovativeness characteristics to examine dimensions of religiosity-innovation relationship.

Keywords: innovation, dimensions of religion, cognitive dimension, normative dimension.

RESUMEN

Esta investigación empírica examinó la relación entre las dimensiones de la religiosidad y la innovación entre las pymes en Nigeria. Se exploró cómo diferentes dimensiones de la religiosidad –cognitiva, normativa y reguladora– están conectadas con la innovación dentro de las pymes. Utilizando una muestra de 393 pymes en la región suroeste de Nigeria, se recopiló datos a través de cuestionarios administrados mediante un muestreo estratificado proporcional al tamaño. El estudio analizó las dimensiones de la religiosidad y su influencia en los resultados de la innovación. Los hallazgos revelaron conexiones significativas entre las dimensiones de la religiosidad y la innovación entre las pymes. En primer lugar, la dimensión cognitiva de la religiosidad indicó una influencia considerable en los comportamientos innovadores ($t = 2.320, p < .001$). En segundo lugar, la dimensión normativa de la religiosidad impactó sustancialmente en los resultados de la innovación entre las pymes ($t = 8.397, p < .001$). Por último, la dimensión reguladora de la religiosidad surgió como un predictor robusto ($t = 5.558, p < .001$), subrayando su papel sustancial en impulsar comportamientos innovadores entre las pymes en Nigeria. Estos hallazgos contribuyen a comprender la compleja relación entre la religiosidad y la innovación, particularmente dentro del sector pymes en Nigeria. También proporcionan ideas sobre cómo las políticas y prácticas podrían fomentar la innovación dentro de las pymes al considerar las dimensiones de la religiosidad en el desarrollo de estrategias para promover comportamientos innovadores.

Palabras Clave: innovación, dimensiones de la religión, dimensión cognitiva, dimensión normativa, dimensión reguladora.

INTRODUÇÃO

Como a religiosidade influencia práticas e estratégias inovadoras em pequenas e médias empresas (PMEs)? Muitas tentativas foram feitas no sentido de responder a essa pergunta, fazendo uso de investigações capazes de oferecer informações empíricas sobre essa relação, concentrando-se no impacto da religião na inovação nas empresas ou na capacidade individual de inovar. [Bénabou et al. \(2015\)](#), por exemplo, usaram as cinco “ondas” da *World Values Survey* (WVS) (Pesquisa de Valores Mundiais) para examinar as conexões entre os onze indicadores de abertura à inovação e às cinco medidas de religiosidade em alguns países. Os autores descobriram que a religiosidade estava substancialmente relacionada a um número menor de opiniões favoráveis à inovação. Esse resultado é consistente com descobertas anteriores dos mesmos autores ([Bénabou et al., 2013](#)), nos quais identificaram uma correlação negativa e substancial entre religiosidade e inovação em todos os estados dos Estados Unidos. Outros pesquisadores ([Audretsch et al., 2007](#); [Okulicz-Kozaryn, 2015](#)) observaram, por meio de investigações empíricas, que a religiosidade dificulta a criatividade de um indivíduo, pois enfatiza fortemente as tradições e regras, enquanto a inovação ou criatividade envolve desafiar regulamentações e tradições, que são os alicerces da religiosidade, ao buscar um processo ou produto inovador.

Ainda em relação a pergunta que abre este artigo, [Assouad e Parboteeah \(2018\)](#) examinaram a influência da religião na inovação nas empresas. Os autores usaram um método de perfil institucional de um país, se concentrando nas dimensões normativas, regulatórias e cognitivas da religião, bem como em sua relação com a inovação empresarial em uma amostra de companhias operando em 30 países. O estudo encontra uma relação limitada entre o construto aplicado no nível das empresas e a religiosidade. [Recio-Román et al. \(2019\)](#) apresentaram uma pesquisa empírica conduzida na Europa, que revela que os formuladores de políticas nos países do continente foram subjugados por uma abordagem antiga de inovação, com uma perspectiva que enfatiza o lado da demanda no sentido de aumentar a conscientização e a aceitação da inovação pelos nativos. Os autores concluíram que a relação religiosidade-inovação não era substancialmente forte quando havia um controle para afiliação religiosa. [Noussair et al. \(2013\)](#) concluíram que pessoas religiosas praticantes e comprometidas são avessas ao risco, pois percebem os resultados de processos inovadores como desfavoráveis, evitando qualquer associação com eles.

No entanto, essas tentativas são caracterizadas por uma limitação ou outra. Não há informações empíricas específicas uniformes sobre a influência da religiosidade na inovação, uma vez que as descobertas apresentadas na literatura são contraditórias. Além disso, estudos empíricos anteriores se concentraram em economias mais desenvolvidas, e nenhuma referência foi feita às economias em desenvolvimento, em especial aos países africanos, mesmo considerando que estudos empíricos podem ser repetidos em diferentes localizações geográficas explorando diferenças relacionadas a fatores culturais e estruturais ([Anning-Dorson, 2018](#)). Mais especificamente, [Recio-Román et al. \(2019\)](#) observaram que a relação religiosidade-inovação não era substancialmente forte, enquanto [Assouad e Parboteeah \(2018\)](#) descobriram uma relação parcial entre uma construção em nível de empresa e religião, enquanto outros ([Bénabou et al., 2015](#))

apresentaram que a religiosidade estava substancialmente conectada a um menor número de opiniões favoráveis à inovação. Além desses resultados apresentados por investigações empíricas anteriores, há a questão de que os estudos existentes frequentemente dicotomizam a inovação em nível de empresa e a inovação em nível individual, ignorando as PME's onde a dinâmica proprietário-operador confunde esses dois níveis.

Além disso, Hilary e Hui (2009) ressaltaram que as decisões nas empresas são tomadas por pessoas. Nesse sentido, Assouad e Parboteeah (2018) mostram que as pessoas são suscetíveis às influências dos ambientes religiosos onde vivem e aos relacionamentos com outros membros da sociedade. Em suma, as PME's são um excelente exemplo de setor com inovação em nível de empresa e indivíduo. O presente estudo tem particular interesse na investigação empírica realizada por Assouad e Parboteeah (2018) na Europa, que implantou as três dimensões da religiosidade para avaliar o efeito da religiosidade na inovação. O estudo utilizou dados secundários da WVS, mas foi prejudicado uma vez que esses dados não capturaram as três dimensões da religiosidade de forma eficiente e eficaz, o que poderia ter sido diferente caso os autores tivessem trabalhado com dados primários que trouxessem uma riqueza de componentes da religiosidade.

PME's são essenciais para o desenvolvimento econômico da Nigéria. De acordo com o *National Bureau of Statistics – NBS* (NBS, 2019), PME é qualquer empresa com uma base máxima de ativos de um bilhão de nairas (N1.000.000.000,00) (sem incluir terras e capital de giro) e emprega entre 10 e 199 funcionários. Essas empresas são vistas como cruciais para promover o desenvolvimento econômico, gerar oportunidades de emprego e mitigar a pobreza no país. As PME's têm contribuição substancial para o Produto Interno Bruto (PIB) da Nigéria, geração de empregos e potencial de investimento estrangeiro direto (IED). No entanto, seu desempenho está sujeito a várias forças, incluindo acesso a financiamento, infraestrutura e políticas governamentais. De acordo com o relatório do NBS, as PME's na Nigéria contribuem indiretamente para enormes 48% do PIB, melhoram a renda per capita e são responsáveis por 84% do emprego.

Com foco em como a religiosidade influencia as práticas e estratégias inovadoras de PME's, o presente estudo usou dados primários que capturaram de forma eficaz e eficiente as três dimensões da religião. Esses dados foram obtidos por meio de um questionário administrado por amostragem estratificada a 393 PME's em 137 áreas de governo local no sudoeste da Nigéria. Essas empresas formam um setor que combina atributos de inovação em nível individual e empresarial de um país com mais de 250 grupos étnicos e inclinações religiosas multifacetadas. As lacunas observadas na literatura referentes a este estudo se alinharam a pelo menos três das sete dimensões de lacunas de pesquisa, conforme declarado por Miles (2017). Tratam-se de lacunas populacionais, de conhecimento, metodológicas, de conflito de conhecimento prático, teóricas, empíricas e de evidências. Especificamente, foram abordadas aqui quatro lacunas. Primeiramente, o estudo preencheu a lacuna metodológica usando dados primários para coletar dados sobre as três dimensões da religiosidade e empregou modelagem de equações estruturais para sua análise. Ainda sobre a lacuna metodológica, o estudo foi realizado entre PME's que combinavam os atributos de inovação tanto em nível individual quanto em nível empresarial.

Em segundo lugar, o estudo preencheu a lacuna populacional, pesquisando uma economia em desenvolvimento, com diversidade cultural (Anning-Dorson, 2018). Terceiro, também preencheu a lacuna de evidências ocasionada pela controvérsia decorrente de diversas descobertas empíricas das tentativas anteriores de responder como a religiosidade influencia a inovação e, por fim, propôs a teoria da Dinâmica da Religiosidade-Inovação (RID) para a compreensão da interação entre esses dois elementos.

Este artigo, portanto, contribui para a teoria ao propor a RID, que aprimora a compreensão da interação entre religiosidade e inovação ao integrar as dimensões cognitiva, normativa e regulatória derivadas da pesquisa sobre legitimidade e teoria institucional (Ahlstrom et al., 2008; Scott, 2013). Além disso, contribui com evidências empíricas ao utilizar dados primários coletados de PMEs em uma economia em desenvolvimento culturalmente diversa, abordando uma lacuna metodológica e fornecendo *insights* sobre a inovação em nível individual e empresarial. Além disso, este estudo preenche uma lacuna populacional ao examinar o impacto da religiosidade na inovação em um contexto que tem recebido atenção limitada (Anning-Dorson, 2018). Finalmente, aborda a lacuna de evidências na literatura existente causada por descobertas conflitantes sobre a influência da religiosidade na inovação, oferecendo *insights* mais claros sobre essas dinâmicas.

REVISÃO DA LITERATURA

Religiosidade

Em todo o mundo, pessoas religiosas são indivíduos cujas ações, reações, modos de vida, abordagens e disposições são inspirados por um ser supremo. Esse conceito guarda semelhança com as ações de inovadores em economias desenvolvidas ou em desenvolvimento, já que suas atividades inovadoras também são produtos de inspiração. Apesar da semelhança externa, Okulicz-Kozaryn (2015) e Audretsch et al. (2007) reportaram, mesmo que em condições limitadas, descobertas geralmente desfavoráveis na relação religiosidade-inovação.

Iannaccone (2006) propôs uma definição de religião ou religiosidade que é aceita mundialmente. O autor a definiu como qualquer conjunto de ações, crenças e instituições compartilhadas e enraizadas na fé em seres sobrenaturais. Kelley e DeGraaf (1997) apontaram que a religiosidade dá origem a instituições sociais vitais para a constituição de normas que orientam os membros de uma sociedade. Os autores acrescentaram que as normas evoluíram dos ensinamentos das religiões e formas prescritas de viver uma vida de trabalho duro. Elas produzem um ambiente apropriado que criará limites para mostrar tanto comportamentos aceitáveis quanto os desviantes. Qualquer um que deseja bons relacionamentos na sociedade deve se esforçar para viver e agir de acordo com comportamentos considerados por ela como aceitáveis. Pesquisadores como Raghupathi e Raghupathi (2017), Okulicz-Kozaryn (2015), Chan -Serafin et al. (2013) e Herbig e Dunphy (1998) ressaltaram que a religiosidade é uma poderosa arma que pode moldar os valores de um indivíduo e de uma sociedade. Acrescentaram que a religiosidade desempenha um papel vital na manipulação

de resultados sociais ou espirituais dos indivíduos e até mesmo de um país (McCloskey, 2006). Outros autores têm sustentado que a inovação ou a criatividade são essenciais para determinar o avanço tecnológico, econômico e social de um país desenvolvido ou em desenvolvimento, independentemente do nível de religiosidade encontrado em sua população (mesmo que o nível de religiosidade possa ter papel positivo na inovação ao incentivar maior aceitação da inovação e da melhoria) (Mokyr, 2016; Tomizawa et al., 2020).

Dimensões de religiosidade

O trabalho de Faulkner e Jong (1966) se destaca na literatura sobre religião ao apresentar uma abordagem do tema a partir de cinco dimensões diferentes: crenças (ideológicas), ritualísticas (frequência à igreja, etc.), aspectos de conhecimento (intelectuais), experienciais (despertar emoções) e consequentes (a possibilidade de dedicação genuína ao comportamento individual e à religião). O estudo mais recente de Assouad e Parboteeah (2018) está alinhado ao trabalho de Faulkner e Jong (1966) enquanto discute as três dimensões da religião sugeridas por Cornwall et al. (1986): conhecimento da religião (aspecto cognitivo), a dimensão de sentimentos da religiosidade (uma dimensão afetiva) e a implementação da religião (aspecto comportamental). O presente estudo também adota essas três dimensões de religiosidade e concentra-se na análise da relação entre religiosidade e inovação entre PMEs na Nigéria (ver Assouad & Parboteeah, 2018).

Inovação

Inovação é mudar algo criado ao introduzir novos processos, pensamentos ou produtos. Este estudo vê a inovação como a capacidade de gerar bens e serviços inovadores ou métodos inovadores de produção de bens e serviços para atender às necessidades dos clientes. A inovação é uma estratégia competitiva significativa que uma empresa disposta a competir em um mercado global não pode ignorar e é um importante impulsionador do desenvolvimento econômico de nações desenvolvidas e em desenvolvimento do mundo (Ahlstrom, 2010; Schumpeter, 1934).

A inovação, uma energia crítica do sucesso organizacional e do desenvolvimento econômico, abrange a introdução de novos processos, produtos ou ideias. Schumpeter (1934) foi pioneiro no conceito de “destruição criativa”, enfatizando que a inovação dá impulso ao crescimento econômico por meio da substituição de estruturas antigas por novas. Schumpeter (1934) descobriu cinco tipos de inovações: métodos, fontes de suprimento, mercados, novos produtos e formas organizacionais. Rogers (1962) foi pioneiro na difusão da teoria das inovações, enfatizando as características que influenciam a aceitação de inovações, como compatibilidade e vantagem relativa. Chesbrough (2003) apresentou a inovação aberta, promovendo a aplicação de ideias e caminhos externos e internos para o mercado, opondo-se ao modelo tradicional de inovação fechada.

A inovação pode ser classificada em inovação de processo, produto, incremental e radical. A inovação de produto abrange a evolução significativa ou o aprimoramento de novos bens ou serviços. A inovação de processo concentra-se em novos ou aprimorados métodos de fabricação

ou entrega. A inovação incremental envolve aprimoramentos em pequena escala, melhorando a eficácia sem alterar basicamente as estruturas atuais, enquanto a inovação radical envolve avanços que mudam substancialmente as práticas da indústria.

Entre os fatores que impactam a inovação estão, internamente, o investimento da empresa em pesquisa e desenvolvimento (P&D), a liderança e a cultura organizacional. Despesas mais altas em P&D estão correlacionadas com uma maior capacidade de inovação (Cohen & Levinthal, 1990), e uma cultura que inspira inventividade e a atitude de correr riscos também alimenta a inovação (Amabile, 1998). Ainda, práticas de gestão eficazes e liderança visionária também desempenham papéis vitais (Tidd & Bessant, 2013). Entre os fatores externos que influenciam a inovação estão os avanços tecnológicos, a demanda de mercado e o ambiente regulatório. A demanda do mercado por novos produtos leva as empresas a inovar (Porter, 1985), enquanto os avanços tecnológicos produzem novas oportunidades (Christensen, 1997). Por fim, políticas governamentais podem ser usadas para inspirar inovação (Mazzucato, 2013).

A inovação é medida por meio da aplicação de muitos *proxies*, como o número de patentes registradas, o efeito no desempenho da empresa, a introdução de novos produtos e gastos com P&D. Despesas com P&D mostram a obrigação financeira com a inovação. A quantidade de patentes mostra a produção de atividades inovadoras, enquanto a introdução de novos produtos quantifica os resultados palpáveis dos esforços de inovação. Finalmente, a influência no desempenho da empresa mede os benefícios econômicos da inovação (OCDE/Eurostat, 2018).

Inovação e religiosidade

Como dito anteriormente, pessoas religiosas são indivíduos cujas vidas são inspiradas por um ser supremo, o que é uma dinâmica semelhante àquela de inovadores, que são movidos por inspiração. Apesar dessa semelhança, há uma correlação negativa entre religiosidade e inovação (Okulicz-Kozaryn, 2015; Audretsch et al., 2007), discutida no presente estudo.

Vários pesquisadores (Okulicz-Kozaryn, 2015; Raghupathi & Raghupathi, 2017) têm sustentado que a religiosidade pode ser uma arma forte e poderosa que pode moldar os valores de um indivíduo e de uma sociedade. Também argumentam que a religiosidade desempenha um papel importante na manipulação de resultados sociais ou espirituais de uma sociedade ou mesmo de um país. Eles acrescentam que a inovação ou criatividade é um fator importante para determinar avanços tecnológicos, econômicos e sociais de um país em desenvolvimento ou desenvolvido, o que pode ser incentivado pelo nível de religiosidade do país (McCloskey, 2006).

Para Bénabou et al. (2015), inovação ou criatividade é converter a ideia de alguém no que os clientes ou consumidores podem chamar de soluções de valor agregado. Román et al. (2019) descreveram a associação entre religiosidade e inovação como tensa, concentrando sua pesquisa nas dimensões econômicas e sociais da inovação. Outra controvérsia relacionada à associação entre religiosidade e inovação foi apontada por Merton (1938) ao introduzir a mediação desses elementos pela ciência. Tal controvérsia se dá porque as práticas e dogmas da religiosidade não são convincentes em comparação com as descobertas científicas. O status das investigações

empíricas sobre essa associação na Nigéria e na África confirma a posição avançada por Tracey (2012) de que os pesquisadores estavam relutantes em investigar a interação entre as variáveis, o que representa uma das motivações para o presente estudo.

Justificativa teórica

A teoria da Dinâmica da Religiosidade-Inovação (RID) desenvolvida como parte deste estudo, baseia-se em *insights* de várias disciplinas, incluindo a sociologia da religião, comportamento organizacional e estudos de inovação. A RID baseia-se em trabalhos fundamentais, como o estudo de Pargament (1997) sobre as dimensões psicológicas da religião, a teoria institucional de North (1990) sobre o papel das regras formais e informais na formação do comportamento e a teoria da inovação de Schumpeter (1934), que destaca o papel dos indivíduos na condução da mudança criativa. Ao integrar essas perspectivas, a RID oferece uma nova estrutura para entender como a religiosidade influencia a inovação em vários contextos.

A RID introduz três dimensões da religiosidade – cognitiva, normativa e regulatória – e seus respectivos impactos na inovação. A dimensão cognitiva reflete a influência das crenças religiosas internas e da espiritualidade, que podem inspirar inovação ética e sustentável (Weber, 1905), mas podem dificultar a criatividade se as crenças se tornarem muito rígidas. A dimensão normativa enfatiza a adesão às normas religiosas e a participação em atividades comunitárias, o que se alinha com o trabalho de Putnam (2000) sobre capital social, mostrando como as redes e a confiança promovem o comportamento inovador, embora também possam desencorajar o questionamento. A dimensão regulatória captura o papel das obrigações religiosas formais e das estruturas institucionais, baseando-se na teoria institucional de Scott (2013) para ilustrar como regras estruturadas e práticas de liderança promovem a confiança e a tomada de riscos éticos (McCloskey, 2006).

A RID oferece uma compreensão diferenciada de como a religiosidade interage com a inovação ao contabilizar as formas complexas como essas dimensões funcionam e se cruzam em diferentes cenários. Ela traz uma nova contribuição à literatura sobre empreendedorismo e inovação, particularmente em contextos onde a religiosidade desempenha um papel significativo, como as PMEs nigerianas. Tal estrutura não apenas preenche lacunas em pesquisas anteriores, mas também convida a uma validação empírica e a novas aplicações em diferentes ambientes culturais e econômicos.

Formulação das hipóteses

Dimensão cognitiva da religiosidade e da inovação

A dimensão cognitiva da religiosidade consiste em fatores intelectuais e conscientes que determinam como os indivíduos religiosos percebem o mundo. Compreende visões de mundo, crenças e sistemas de valores baseados na existência de seres e forças sobrenaturais que

supervisionam seus destinos, necessidades e valores. A religiosidade frequentemente conserva conhecimento e tradições passadas de geração em geração, influenciando como as pessoas interpretam suas experiências e tomam decisões.

Essa dimensão da religiosidade impacta significativamente as crenças dos indivíduos em forças ou entidades sobrenaturais, frequentemente aparecendo em doutrinas esotéricas, por exemplo, a crença em um ser supremo ou vida após a morte (Assouad & Parboteeah, 2018; Tzeng & Yin, 2006). São crenças profundamente arraigadas e refletem um alto nível de fé. Esses autores argumentaram que a devoção incessante a uma perspectiva específica de uma religião pode cultivar uma tendência à fé cega. Os autores traçam um paralelo entre essa fé cega e os traços dos inovadores, que frequentemente têm fé em conceitos não verificados, confiam em seus instintos e são movidos por suas imaginações e impulsos.

Walter et al. (2007), Williams e McGuire (2010), Herbig e Dunphy (1998) e Keller e Holland (1975) destacaram muitos traços comuns a inovadores bem-sucedidos que também são evidentes em pessoas religiosas. Esses traços compreendem firmeza, confiança nos outros, espírito cooperativo, forte ética de trabalho, honestidade e força de vontade. Os autores argumentaram que essas características aumentam a competência de uma pessoa para desenvolver, executar e liderar um processo de inovação bem-sucedido. Por exemplo, força de vontade e firmeza podem impulsionar a persistência em esforços de inovação, enquanto um espírito cooperativo e confiança nos outros podem promover ambientes de inovação colaborativa.

Apesar dessas afirmações teóricas, há uma falta de investigação empírica que use as características de nível individual e de nível empresarial fornecidas por PMEs em nações em desenvolvimento ou desenvolvidas, o contexto da África e, particularmente, a Nigéria, onde a interação entre religiosidade e inovação pode exibir dinâmicas únicas. Consequentemente, este estudo busca preencher essa lacuna empírica examinando a interação entre a dimensão cognitiva da religiosidade e a inovação entre proprietários de PMEs na Nigéria. A hipótese é, portanto:

H1: A dimensão cognitiva da religiosidade está positivamente relacionada às atividades de inovação dos proprietários de PMEs.

Dimensão normativa da religiosidade e da inovação

A dimensão normativa da religiosidade enfatiza as práticas e comportamentos dos quais as pessoas participam como parte de sua observância religiosa. De acordo com Parboteeah et al. (2009), essa dimensão é demonstrada em atividades como frequência a centros de culto, orações regulares e outras práticas ritualísticas. Essas atividades são frequentemente usadas como indicadores para as diferentes gradações de religiosidade das pessoas.

Jong et al. (1976) argumentaram que as crenças de uma pessoa comprometida com sua religião provavelmente se refletem em ações e reações devido ao seu relacionamento contínuo com comunidades religiosas. Os autores enfatizaram que práticas religiosas como frequentar

serviços espirituais, ser devoto e fornecer assistência material, mental e monetária às suas comunidades são fundamentais para a dimensão normativa da religiosidade.

Assouad et al. (2018), Walter et al. (2007) e Dakhli e Clercq (2004) sugeriram que a participação contínua de uma pessoa em atividades religiosas encoraja e mostra características sociais que podem apoiar os processos de inovação. Eles argumentaram que a participação em uma sociedade religiosa oferece aos indivíduos oportunidades de construir redes e capital social, que são cruciais para a inovação. Essas redes facilitam a troca de ideias, recursos e suporte, promovendo um ambiente propício ao pensamento e às atividades inovadoras.

Apesar das afirmações teóricas, há uma falta de investigação empírica que use características de nível individual e de nível empresarial fornecidas por PME's em países em desenvolvimento ou desenvolvidos, o contexto da África e, particularmente, a Nigéria, onde a dinâmica da religiosidade e da inovação podem oferecer algumas diferenças de descobertas anteriores da Europa ou de economias mais desenvolvidas (McCloskey, 2006). Portanto, o estudo tenta preencher essa lacuna examinando o impacto da dimensão normativa da religiosidade nas atividades de inovação dos proprietários de PME's em economias em desenvolvimento, particularmente aquelas da África, onde a religião pode assumir uma base normativa e até regulatória (McCloskey, 2006; Scott, 2013; Weber, 1905). Portanto, a próxima hipótese formulada é:

H2: A dimensão normativa da religiosidade está positivamente relacionada às atividades de inovação dos proprietários de PME's.

Dimensão regulatória da religiosidade e da inovação

A dimensão regulatória da religiosidade reflete as diretrizes, leis e regulamentações que supervisionam o comportamento religioso dentro de um cenário específico. Kostova (1997, 1999) postulou que a dimensão regulatória compreende vários contextos legais e regulatórios que controlam comportamentos individuais e coletivos. Isso estendeu a ideia para a esfera da religião, descrevendo o aspecto regulatório como um sistema de leis e diretrizes que estabelecem procedimentos dentro de estruturas religiosas (Assouad & Parboteeah, 2018).

Finke (1990) e Starke e Finke (2000) argumentaram ainda que a dimensão regulatória da religiosidade é evidente na regulamentação do estado sobre atividades religiosas. Por exemplo, em países como o Egito, onde há uma religião estatal, o governo controla o mercado religioso, selecionando e aprovando líderes de sociedades religiosas. Essa regulamentação impacta os comportamentos e práticas dos adeptos religiosos, garantindo a conformidade com normas e procedimentos estabelecidos. Esses autores sugerem que a adesão à dimensão regulatória da religião pode estimular traços, atitudes e comportamentos característicos de inovadores. A conformidade com regulamentações religiosas pode promover disciplina, adesão a processos estruturados e uma abordagem sistemática para resolução de problemas, todos valiosos na inovação.

No entanto, a dimensão regulatória da religiosidade, particularmente a regulamentação estatal de atividades religiosas, ainda precisa estar totalmente operacional na Nigéria e em muitos

outros países africanos. Consequentemente, as afirmações feitas pelos autores mencionados acima ainda precisam ser investigadas empiricamente dentro da estrutura, que tem características individuais e de nível empresarial, conforme exemplificado em PMEs no contexto africano, especificamente na Nigéria. O presente estudo aborda essa lacuna investigando a influência da dimensão regulatória da religiosidade nas atividades de inovação dos proprietários de PMEs na Nigéria. Portanto, a hipótese formulada é:

H3: A dimensão regulatória da religiosidade está positivamente relacionada às atividades de inovação dos proprietários de PMEs.

METODOLOGIA

Pequenas e médias empresas

Devido às suas características de nível empresarial e individual, as PMEs foram escolhidas para atingir os objetivos e testar as hipóteses projetadas para este estudo. As PMEs estão desempenhando e continuarão a desempenhar um papel significativo no desenvolvimento de economias de nações desenvolvidas e em desenvolvimento, pois contribuem para a criação de empregos, crescimento da economia e ideias, produtos, serviços ou técnicas inovadoras (NBS, 2019). Otite (1990) e Bangura (s.d.) apresentaram que a Nigéria tem um cenário religioso e cultural variado, e este estudo revela que tal diversidade representa uma estrutura ideal para investigar como a religiosidade se interconecta com o desempenho operacional das empresas, principalmente as PMEs.

Desenho da pesquisa

O estudo usou um desenho de pesquisa quantitativa por meio de *survey*. O desenho ajuda a testar hipóteses e examinar as relações entre dimensões de religiosidade e inovação entre PMEs no sudoeste da Nigéria. A modelagem de equações estruturais (SEM) foi usada para análise de dados, a fim de avaliar as relações estruturais entre as variáveis medidas e os construtos latentes. A pesquisa quantitativa é adequada para estudos que usam métodos estatísticos já que permite estabelecer padrões e relações entre variáveis (Creswell, 2014).

Área de estudo

O estudo foi conduzido na região sudoeste da Nigéria, abrangendo seis estados: Ekiti, Lagos, Ogun, Ondo, Osun e Oyo. A região é conhecida como o centro comercial do país, dadas as suas atividades econômicas significativas e recursos naturais, como petróleo, reservas de gás natural, ouro e betume. De acordo com o NBS (2020), a população projetada do sudoeste da Nigéria era de 38.788.518 pessoas.

População e amostra

A população do estudo foi formada por PMEs localizadas no sudoeste da Nigéria. De acordo com o NBS (2019), há 23.289 PMEs na região.

Tabela 1. Número de PMEs no Sudoeste da Nigéria

Número de Série	Estado	Número de PMEs
1	Ekiti	928
2	Lagos	8.395
3	Ogun	2.465
4	Ondo	2.363
5	Osun	3.007
6	Oyo	6.131
Total		23.289

Nota: NBS, 2019.

Foi aplicada a fórmula de Slovin para determinar o tamanho da amostra:

$$n = \frac{N}{(1 + N e^2)} \quad (1)$$

Onde N representa a população do estudo, e é a margem de erro, e n é o tamanho da amostra. O N é 23.289 e e é usada com um nível de confiança de 95% (0,05). Portanto,

$$23,289 / 1 + (23,289) (0.05)^2 = 393.24 = 393 \text{ PMEs.} \quad (2)$$

Assim, o tamanho da amostra do estudo foi determinado em 393 PMEs.

Tabela 2. Contribuição para o Tamanho da Amostra (Estado por Estado)

Número de Série	Estados	Número de PMEs por Estado	Percentual de PMEs na Região	Número Usado para o Estudo = (Tamanho da Amostra x Percentual Total) / 100
1	Ekiti	928	3,98	16
2	Lagos	8.395	36,05	141
3	Ogun	2.465	10,58	42
4	Ondo	2.363	10,15	40
5	Osun	3.007	12,91	51
6	Oyo	6.131	26,33	103
Total		23.289	100	393

Instrumento de coleta de dados

O alvo da pesquisa do tipo *survey* foi um grupo de proprietários de PMEs localizadas em todos os seis estados do sudoeste da Nigéria, visto como indivíduos e empresas que se tornam os

informantes mais apropriados sobre as três dimensões da religiosidade e suas influências. O instrumento utilizado nos trabalhos de [Assouad e Parboteeah \(2018\)](#) e [Parboteeah et al. \(2009\)](#) foi dividido em cinco seções: Seção A: Características sociodemográficas dos entrevistados. Seção B: Construtos relacionados a dimensão cognitiva da religiosidade. Seção C: Construtos sobre a dimensão normativa da religiosidade. Seção D: Construtos sobre a dimensão regulatória da religiosidade. Seção E: Construtos relacionados à inovação. Tanto a religiosidade quanto a inovação foram medidas usando uma escala Likert de 5 pontos. Para a religiosidade, os entrevistados indicaram seu nível de concordância com as declarações em três dimensões (cognitiva, normativa e regulatória) em uma escala que varia de 1 = Discordo totalmente a 5 = Concordo totalmente. Da mesma forma, para Inovação, os participantes classificaram a extensão das práticas inovadoras dentro de suas empresas em uma escala Likert de 5 pontos, com respostas variando de 1 = De forma alguma a 5 = Em grande medida. Essas escalas foram projetadas para capturar a intensidade das percepções e comportamentos relevantes para cada construto. O questionário foi revisado por especialistas na área para garantir a validade do conteúdo, seguindo as diretrizes de DeVellis (2016) sobre desenvolvimento de escala. A confiabilidade foi avaliada usando o teste de confiabilidade Alpha de Cronbach para garantir a consistência dos construtos.

Procedimento

O questionário validado foi distribuído às PMEs selecionadas no sudoeste da Nigéria. O instrumento foi administrado usando amostragem aleatória estratificada, considerando áreas de governo local como estratos. A estratificação foi usada para garantir a inclusão. Os dados apropriados foram coletados metodologicamente, pois os assistentes de pesquisa selecionados dos seis estados foram adequadamente educados e treinados para coletar dados de todos os seis estados no sudoeste da Nigéria. O instrumento de pesquisa foi projetado para capturar dados sobre as três dimensões da religiosidade e suas influências na inovação. A coleta de dados envolveu a administração direta dos questionários para garantir uma alta taxa de resposta e precisão dos dados coletados. A modelagem de equações estruturais (SEM) foi empregada para análise de dados. SEM é uma técnica estatística abrangente para avaliar relacionamentos estruturais entre variáveis medidas e construtos latentes. SEM é apropriada para modelos complexos e testes de hipóteses sobre relacionamentos entre múltiplas variáveis ([Kline, 2015](#)).

ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Características demográficas dos respondentes

As características demográficas do estudo são apresentadas na Tabela 3. Em relação à religião, a maioria dos entrevistados se identificou como cristãos, compreendendo 68,6% da amostra, seguidos por muçulmanos com 26,7%. Tradicionalistas e aqueles com outras afiliações religiosas

foram 3,5% e 1,2%, respectivamente. Ao examinar os anos de prática da religião, uma parcela significativa dos entrevistados relatou praticar sua religião por 15 anos ou mais, constituindo 79,1% da amostra. Uma proporção menor praticou por 10-14 anos (14,0%), enquanto menos entrevistados relataram praticar por 1-9 anos, com nenhum participante indicando menos de um ano de prática. A amostra foi equilibrada em gênero, com homens respondendo por 51,2% e mulheres por 48,8% dos entrevistados. Em relação à distribuição etária, a maioria dos entrevistados se enquadrava na faixa etária de 40-59 anos, representando 48,8% da amostra. Participantes com menos de 20 anos representaram 17,4%, enquanto aqueles com idade entre 20 e 39 anos e 60 anos ou mais constituíram 23,3% e 10,5%, respectivamente. Por fim, considerando aos dados educacionais, os entrevistados com um certificado escolar representaram o maior grupo com 41,9%, seguidos por aqueles com qualificações HND/BSc com 26,7%. Outras qualificações como OMD/HSC/NCE, MBA/MPA/Masters e PhDs foram relatadas por proporções de amostra menores.

Tabela 3. Características Demográficas dos Respondentes

		Frequência	Percentual
Religião	Islamismo	92	26,7%
	Cristianismo	236	68,6%
	Tradicionalismo	12	3,5%
	Outros	4	1,2%
	Total	344	100,0%
Anos de prática religiosa	Menos de 1 ano	0	0,0%
	1-4 anos	16	4,7%
	5-9 anos	8	2,3%
	10-14 anos	48	14,0%
	15 anos ou mais	272	79,1%
	Total	344	100,0%
Gênero	Masculino	176	51,2%
	Feminino	168	48,8%
	Total	344	100,0%
Idade	Menos de 20 anos	60	17,4%
	20- 39 anos	80	23,3%
	40 - 59 anos	168	48,8%
	60 anos ou mais	36	10,5%
	Total	344	100,0%

Continua

Tabela 3. Características Demográficas dos Respondentes

Conclusão

		Frequência	Percentual
Educação	Certificado Escolar	144	41,9%
	OMD/HSC/NCE	84	24,4%
	HND/BSC	92	26,7%
	MBA/MPA/Mestrado	20	5,8%
	Doutorado (PhD)	4	1,2%
	Total	344	100,0%

Avaliação do modelo de mensuração

O modelo de mensuração no estudo avalia a confiabilidade e validade dos construtos usados, incluindo as dimensões cognitiva, normativa e regulatória, bem como a inovação. A confiabilidade é demonstrada por meio dos valores de alfa de Cronbach, todos excedendo o limite aceitável de 0,7, indicando consistência interna entre os itens. Os valores de confiabilidade composta (CR), variando de 0,836 a 0,925, confirmam ainda mais a confiabilidade dos construtos. A validade é estabelecida por meio da variância média extraída (AVE), com valores acima de 0,5, indicando que os construtos capturam mais variância do que erro; a maioria dos valores é consistente com a regra prática (Hair et al., 2009). O modelo de mensuração testa as cargas de itens, a variância média extraída (AVE) e a confiabilidade composta (CR), cada qual de acordo com suas características.

Tabela 4. Resultados do Modelo de Mensuração

Construto	Itens	Cargas	Alfa	CR	AVE
Dimensão Cognitiva	CDR1	0,592	0,803	0,854	0,509
	CDR2	0,740			
	CDR3	0,661			
	CDR4	0,667			
	CDR5	0,769			
	CDR6	0,710			
	CDR7	0,580			
Inovação	IPCDR	0,805	0,706	0,836	0,629
	IPNR	0,784			
	IPRDR	0,792			

Continua

Tabela 4. Resultados do Modelo de Mensuração

Conclusão

Construto	Itens	Cargas	Alfa	CR	AVE
Dimensão Normativa	NDR1	0,803	0,907	0,925	0,642
	NDR2	0,832			
	NDR3	0,861			
	NDR4	0,796			
	NDR5	0,867			
	NDR6	0,810			
	NDR7	0,611			
Dimensão Regulatória	RDR1	0,609	0,815	0,866	0,520
	RDR2	0,763			
	RDR3	0,777			
	RDR4	0,820			
	RDR5	0,653			
	RDR6	0,684			

A Tabela 5 relata as descobertas da análise discriminante usando o critério de Fornell e Lacker. A validade discriminante é verificada usando o critério de Fornell e Larcker, onde as raízes quadradas da AVE para cada construto são mais significativas do que as correlações com outros construtos, afirmando que os construtos são distintos e medem conceitos diferentes. Esta tabela mostra o teste do modelo de mensuração que foi realizado no estágio inicial.

Tabela 5. Validade Discriminante Usando o Critério Fornell e Lacker

	CDR	Inn	NDR	RDR
CDR	0,677			
INN	0,382	0,793		
NDR	0,452	0,515	0,801	
RDR	0,338	0,434	0,319	0,721

RESULTADOS

A primeira hipótese propõe que o aspecto cognitivo da religiosidade, abrangendo crenças pessoais, compreensão espiritual e conscientização, influencia positivamente os esforços de inovação dos proprietários de PMEs nigerianos. Essa dimensão abrange as convicções internalizadas e o conhecimento religioso que podem potencialmente aumentar a capacidade dos proprietários de PMEs de gerar ideias e soluções inovadoras. A análise empírica confirma essa correlação positiva,

produzindo um coeficiente de caminho estatisticamente significativo ($\beta = 0,121$, $t = 2,320$, $p = 0,020$). O valor t excede o limite crítico, indicando uma relação substancial e significativa. Além disso, o valor p sugere uma baixa probabilidade de observar esse resultado por acaso. Os achados apoiam a noção de que a dimensão cognitiva da religiosidade faz uma contribuição modesta, mas ainda significativa, para as capacidades inovadoras dos proprietários de PMEs nigerianos.

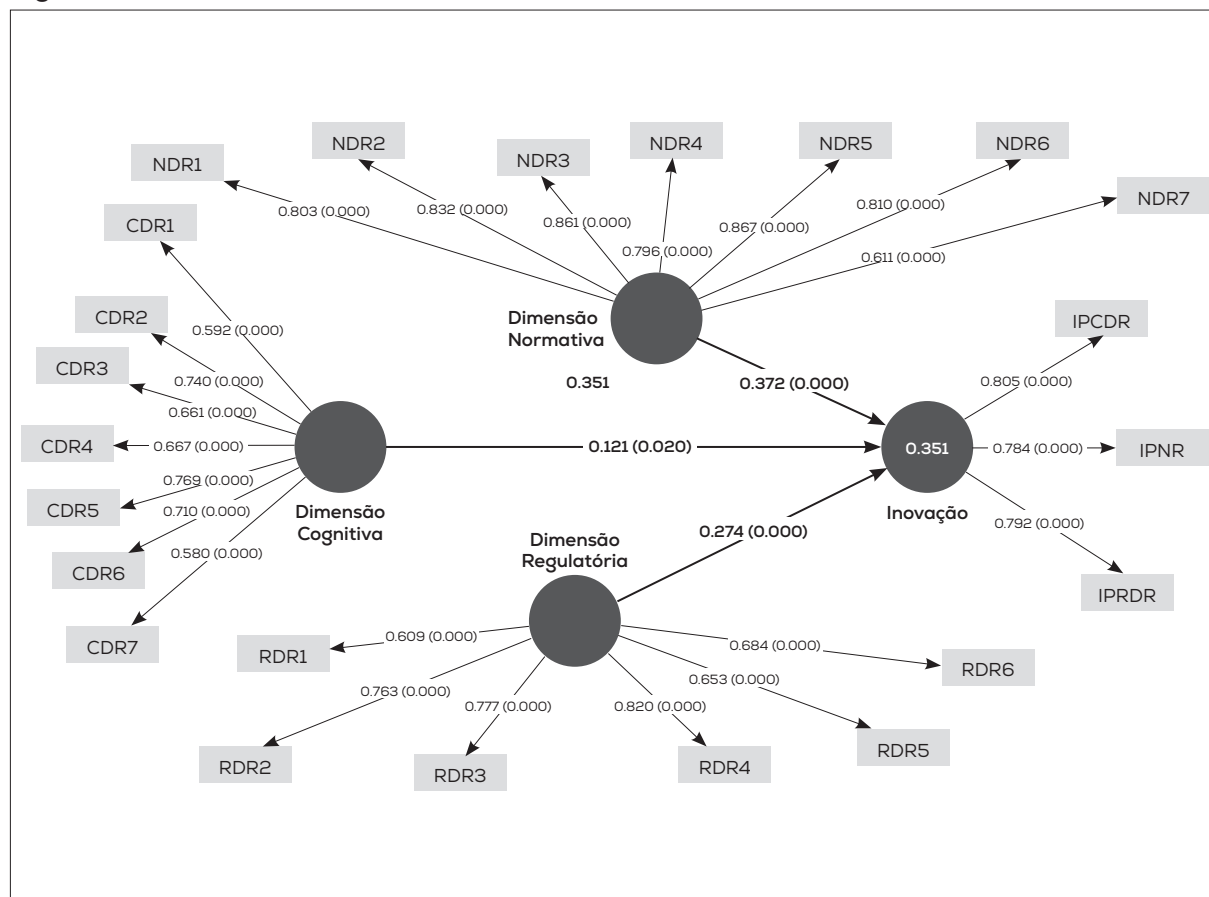
A segunda hipótese aponta que a adesão às normas religiosas comunitárias e às expectativas sociais – um aspecto fundamental da religiosidade – impacta positivamente as atividades de inovação dos proprietários de PMEs nigerianos. Essa dimensão explora como os valores e expectativas das comunidades religiosas influenciam as práticas comerciais, potencialmente motivando os proprietários de PMEs a adotar estratégias inovadoras para atender a essas expectativas. A análise empírica confirma uma correlação positiva significativa entre esta dimensão e as atividades de inovação. O coeficiente de caminho ($\beta = 0,372$) indica um efeito positivo substancial, apoiado por um alto valor t (8,397) e um valor p extremamente baixo ($p < 0,001$). Esses resultados sugerem que os proprietários de PMEs que alinham suas práticas comerciais com normas e expectativas religiosas têm maior probabilidade de se envolver em inovação. Esse alinhamento pode criar pressão social ou motivação para inovar, impulsionado pelo desejo de atender às expectativas comunitárias ou aderir a princípios religiosos compartilhados. Essa descoberta ressalta a importância das normas sociais e religiosas na condução da inovação entre as PMEs nigerianas.

A terceira hipótese propõe que a adesão a regras, práticas e estruturas institucionais religiosas influencia significativamente as atividades de inovação dos proprietários de PMEs nigerianos. Essa dimensão examina como as diretrizes religiosas estruturadas moldam o comportamento, sugerindo que a conformidade com essas regras pode fornecer direção e estabilidade, promovendo a criatividade e a inovação empreendedoras. A análise empírica apoia essa hipótese, revelando uma correlação positiva estatisticamente significativa entre a dimensão regulatória da religiosidade e as atividades de inovação ($\beta = 0,274$, $t = 5,558$, $p < 0,001$). O coeficiente de caminho indica uma influência positiva moderada, enquanto o valor t excede substancialmente o limite crítico, significando uma relação robusta. O valor p extremamente baixo confirma a significância estatística, implicando que a relação observada é altamente improvável de ser devido ao acaso. Essas descobertas sugerem que as regulamentações religiosas fornecem aos proprietários de PMEs uma estrutura para tomada de decisão e inovação, oferecendo estabilidade e diretrizes claras que permitem que os empreendedores explorem com confiança novas ideias dentro de limites socialmente aceitáveis. Isso destaca o potencial das instituições e estruturas religiosas para apoiar a inovação no setor de PMEs da Nigéria. Os resultados estão resumidos na Tabela 6 e na Figura 1.

Tabela 6. Resultados do Modelo Estrutural

Hipóteses	Relação	Coeficiente (O)	DESVIO PADRÃO	Estatística T (IO/DESVPAI)	P-valores	Decisão
H ₁	CDR → INN	0,121	0,052	2,320	0,020	Significante
H ₂	NDR → INN	0,372	0,044	8,397	0,000	Significante
H ₃	RDR → INN	0,274	0,049	5,558	0,000	Significante

Figura 1. Gráfico da Análise de Caminho



DISCUSSÃO

O estudo explorou empiricamente como diferentes dimensões da religiosidade – cognitiva, normativa e regulatória – afetam a inovação de proprietários de PMEs na Nigéria. Os resultados indicam que todas as três dimensões têm um impacto positivo e significativo na inovação. Especificamente, a dimensão normativa mostra a influência mais forte ($\beta = 0,372$), seguida pela dimensão regulatória ($\beta = 0,274$) e a dimensão cognitiva ($\beta = 0,121$). Essas descobertas sugerem que não apenas as crenças e valores pessoais (dimensão cognitiva) desempenham um papel, mas a adesão às normas e expectativas religiosas (normativas) e a conformidade com os regulamentos religiosos (regulatórios) também contribuem significativamente para práticas inovadoras entre proprietários de PMEs.

Essa descoberta sugere que a dimensão cognitiva da religiosidade desempenha um papel substancial na manipulação de comportamentos inovadores e resultados que se seguem. Em resumo, esse resultado mostra uma conexão forte e significativa entre a dimensão cognitiva da religiosidade e a inovação. A dimensão cognitiva da religiosidade parece ser um substancial preditor da inovação, além de elucidar um percentual considerável da errática observada

nos resultados da inovação. Esse resultado está alinhado com descobertas empíricas de estudos anteriores (por exemplo, Assouad & Parboteeah, 2018; Tzeng, 2009; Walter et al., 2011). O presente trabalho observou que qualquer pessoa com uma convicção tão firme retrata um forte nível de fé e que a fidelidade contínua a uma perspectiva religiosa específica pode ajudar a moldar uma sociedade, aumentando sua capacidade de evoluir com sucesso para uma sociedade inovadora.

Para a dimensão normativa da religiosidade, os resultados mostram que ela desempenha um papel substancial no aprimoramento de comportamentos inovadores e resultados que se seguem. Isso indica que a dimensão normativa da religiosidade é um preditor bastante robusto e substancial de inovação. Isso elucida um percentual importante da erraticidade dos resultados da inovação, significando que a religiosidade, principalmente sua parte normativa, pode inspirar atitudes, comportamentos e procedimentos de tomada de decisão dos indivíduos conectados à inovação. Essa descoberta está alinhada com os resultados empíricos anteriores de Parboteeah et al. (2009), Assouad e Parboteeah (2018), Walter et al. (2011) e Dakhli e Clercq (2004). Esses autores descobriram que a proximidade contínua dos indivíduos à religião promoverá e refletirá as características da vida social que podem dar suporte aos processos de inovação. Os autores também opinaram que o envolvimento em uma sociedade religiosa permite que um indivíduo construa uma rede e capital social (McCloskey, 2013).

Além disso, a descoberta mostra que a dimensão regulatória da religiosidade desempenha um papel substancial na influência de comportamentos inovadores e de resultados. Em poucas palavras, esse resultado revela que a dimensão regulatória da religiosidade é um preditor substancial da inovação, o que esclarece o percentual significativo de erraticidade detectado nos resultados da inovação, significando que a religiosidade, mais notavelmente sua dimensão regulatória, pode impactar os comportamentos, atitudes e procedimentos de tomada de decisão dos indivíduos conectados à inovação. Tal descoberta empírica está alinhada com Kostova (1997), Assouad e Parboteeah (2018), Finke (1990) e Starke e Fink (2000). Esses autores opinaram que a dimensão regulatória tem a ver com vários conjuntos de leis e regulamentos que controlam os comportamentos das pessoas dentro de um ambiente específico. Os autores mencionados acima observaram que a conformidade com a dimensão regulatória da religião por vários adeptos religiosos estimularia alguns traços, atitudes e comportamentos que são evidentes na vida de um inovador.

Contribuições

O presente estudo oferece novos *insights* e avanços nas áreas de empreendedorismo, religiosidade e inovação, particularmente em relação à interação entre religiosidade e inovação entre PMEs nigerianas. As principais contribuições são as seguintes:

Este trabalho contribui para o conhecimento empírico ao utilizar dados primários para investigar a relação religiosidade-inovação dentro de PMEs nigerianas. Ao contrário de estudos anteriores que se basearam em dados secundários, a abordagem adotada aqui oferece *insights* atuais e específicos sobre o setor de PMEs, permitindo observações e interações diretas. As descobertas oferecem uma compreensão mais precisa e matizada de como a religiosidade influencia a inovação

neste contexto. Também faz uma contribuição teórica ao aplicar a teoria da Dinâmica Religiosidade-Inovação (RID). Essa nova estrutura fornece uma abordagem capaz de explorar como diferentes dimensões da religiosidade — cognitiva, normativa e regulatória — impactam a inovação dentro de PMEs. Ao oferecer uma nova perspectiva, a RID enriquece o conhecimento existente, esclarecendo os mecanismos pelos quais a religiosidade molda a inovação empreendedora.

A dimensão cognitiva demonstra como as crenças pessoais e o conhecimento religioso promovem a criatividade empreendedora. A dimensão normativa também enfatiza o papel das normas e valores religiosos comunitários na condução da inovação. Finalmente, a dimensão regulatória ilustra como as regulamentações religiosas e as estruturas institucionais criam um ambiente estruturado propício ao comportamento inovador. Ela também contribui para a compreensão da inovação empresarial e individual ao examinar ambos os níveis simultaneamente. A análise de dois níveis demonstra como a religiosidade individual se traduz em práticas de inovação organizacional, enfatizando a interconexão de crenças pessoais e resultados empresariais coletivos. O estudo fornece *insights* específicos do contexto ao focar em PMEs na Nigéria, onde a religiosidade desempenha um papel significativo na formação da vida diária e das práticas empresariais. Ao examinar esse contexto único, as descobertas contribuem para o discurso global sobre a influência da religiosidade na inovação e oferecem lições valiosas para ambientes culturais e econômicos semelhantes.

Limites e pesquisas futuras

Este estudo reconhece várias limitações que podem ser abordadas em pesquisas futuras. Primeiro, confiar em dados autorrelatados de proprietários de PMEs pode levar a viés de resposta, particularmente dada a natureza sensível da religiosidade. Em segundo lugar, o desenho transversal restringe a capacidade de estabelecer causalidade entre religiosidade e inovação. Terceiro, embora o foco em PMEs nigerianas forneça *insights* valiosos, as descobertas podem não ser diretamente aplicáveis a outros contextos culturais ou econômicos, e a pesquisa deve ser conduzida em outro lugar, fora da África. Finalmente, este estudo se concentra em três dimensões da religiosidade, o que pode negligenciar outros aspectos potenciais, como as dimensões emocionais ou experienciais. Pesquisas futuras podem abordar essas limitações empregando desenhos longitudinais, incorporando métodos qualitativos ou examinando dimensões e contextos mais amplos, e particularmente por meio de pesquisa comparativa (Horak & Ahlstrom, no prelo; McCloskey, 2006).

CONCLUSÃO

Este estudo revela uma conexão estatisticamente significativa entre religiosidade e inovação entre proprietários de PMEs na Nigéria. Especificamente, as dimensões cognitiva, normativa e regulatória da religiosidade desempenham um papel significativo na formação de comportamentos

inovadores. As descobertas sugerem que os proprietários de PMEs podem alavancar essas dimensões da religiosidade para aumentar sua capacidade de inovação.

Os resultados do estudo indicam que 35,1% da variação na inovação pode ser explicada por essas dimensões da religiosidade. Isso ressalta o potencial das PMEs de aproveitar os aspectos positivos da religiosidade para promover a inovação. Líderes empresariais e formuladores de políticas podem considerar a integração de valores e normas religiosas em estratégias para criar ambientes que apoiem o pensamento e as práticas inovadoras. A inovação é um catalisador vital para impulsionar o desempenho da empresa e o crescimento econômico. Conforme enfatizado por Ahlstrom (2010), a inovação empresarial é fundamental para impulsionar o desenvolvimento social e o progresso econômico, gerando, em última análise, crescimento sustentável e uma vantagem competitiva. As descobertas deste estudo reforçam o imperativo de nutrir a inovação dentro das PMEs, pois isso não apenas fortalece os negócios individuais, mas também fortalece o ecossistema econômico geral.

Se este artigo oferece uma lição importante, essa lição é a de que a religiosidade influencia significativamente a inovação nas PMEs por meio de suas dimensões cognitiva, normativa e regulatória. Isso destaca a necessidade de se considerar a religiosidade como um fator crítico em estudos sobre empreendedorismo e inovação, particularmente em economias cultural e religiosamente fundamentadas. A introdução da teoria da Dinâmica Religiosidade-Inovação (RID) proporciona uma nova estrutura para analisar essa relação multidimensional. Pesquisas futuras podem se basear nessa estrutura para explorar a relação entre religiosidade e inovação em outros contextos. Em termos práticos, os proprietários de PMEs e formuladores de políticas podem utilizar normas e estruturas religiosas para promover comportamentos inovadores e construir estruturas de apoio que incentivem o crescimento sustentável dos negócios.

REFERÊNCIAS

- Ahlstrom, D. (2010). Innovation and growth: How business contributes to society. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 11-24. <https://doi.org/10.5465/AMP.2010.52842948>
- Ahlstrom, D., Bruton, G. D., & Yeh, K. S. (2008). Private firms in China: Building legitimacy in an emerging economy. *Journal of World Business*, 43(4), 385-399. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2008.03.001>
- Amabile, T. M. (1998). How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 76(5), 77-87.
- Anning-Dorson, T. (2018). Innovation and competitive advantage creation: The role of organisational leadership in service firms from emerging markets. *International Marketing Review*, 35(1), 88-109. <https://doi.org/10.1108/IMR-11-2015-0262>
- Assouad, A., & Parboteeah, K. P. (2018). Religion and innovation: A country institutional approach. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 15, 20-37. <https://doi.org/10.1080/14766086.2017.1378589>
- Audretsch, D. B., Bönte, W., & Tamvada, J. P. (2007). *Religion and entrepreneurship* (Discussion Paper No. 6378). CEPR.

- Bangura, Y. (n.d.). *Ethnic structure and governance of the public sector: African and other experiences*. Issues Paper, UNRISD, Geneva.
- Bénabou, R., Ticchi, D., & Vindigni, A. (2013). *Forbidden fruits: The political economy of science, religion, and growth* (NBER Working Paper Series n. 80).
- Bénabou, R., Ticchi, D., & Vindigni, A. (2015). Moral values and economic behaviour: Religion and innovation. *American Economic Review: Papers & Proceedings*, 105, 346-351. <https://doi.org/10.1257/aer.p20151032>
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business School Press.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.
- Cornwall, M., Albrecht, S. L., Pitcher, B. L., & Cunningham, P. H. (1986). The dimensions of religiosity: A conceptual model and empirical test. *Review of Religious Research*, 27, 226-244. <https://doi.org/10.2307/3511418>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage.
- Dakhli, M., & Clercq, D. De. (2004). Human capital, social capital, and innovation: A multi-country study. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(2), 107-128. <https://doi.org/10.1080/08985620410001677835>
- DeVellis, R. F. (2016). *Scale development: Theory and applications* (Vol. 26). Sage.
- Faulkner, J. E., & Jong, G. F. De. (1966). Religiosity in 5-D: An empirical analysis. *Social Forces*, 45(2), 246-254. <https://doi.org/10.2307/2574395>
- Finke, R. (1990). Religious deregulation: Origins and consequences. *Journal of Church and State*, 32(3), 609. <https://doi.org/10.1093/jcs/32.3.609>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Herbig, P., & Dunphy, S. (1998). Culture and innovation. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 5(4), 13-21. <https://doi.org/10.1108/13527609810796844>
- Hilary, G., & Hui, K. W. (2009). Does religion matter in corporate decision-making in America? *Journal of Financial Economics*, 93(3), 455-473. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2008.10.001>
- Horak, S., & Ahlstrom, D. (in press). Measuring interrater reliability in international management research: Challenges, solutions, applications. *European Journal of International Management*.
- Iannaccone, L. R. (2006). The market for martyrs. *Interdisciplinary Journal of Research on Religion*, 2(4), 1-28.
- Jong, G. F. De, Faulkner, J. E., & Warland, R. H. (1976). Dimensions of religiosity reconsidered: Evidence from a cross-cultural study. *Social Forces*, 54(4), 866-889. <https://doi.org/10.1093/sf/54.4.866>
- Keller, R. T., & Holland, W. E. (1978). Individual characteristics of innovativeness and communication in research and development organizations. *Journal of Applied Psychology*, 63(6), 759-762. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.63.6.759>

- Kelley, J., & De Graaf, N. D. (1997). National context, parental socialization, and religious belief: Results from 15 nations. *American Sociological Review*, 62(4), 639-659. <https://doi.org/10.2307/2657431>
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Publications.
- Kostova, T. (1997). Country institutional profiles: Concept and measurement. *Academy of Management Proceedings*, 97, 180-184. <https://doi.org/10.5465/ambpp.1997.4981338>
- Kostova, T. (1999). Transnational transfer of strategic organisational practices: Perspective. *The Academy of Management Review*, 24, 308-324. <https://doi.org/10.5465/amr.1999.1893938>
- Mazzucato, M. (2013). *The entrepreneurial state: Debunking public vs. private sector myths*. Anthem Press.
- McCloskey, D. N. (2006). *The bourgeois virtues: Ethics for an age of commerce*. University of Chicago Press.
- McCloskey, D. N. (2013). Tunzelmann, Schumpeter, and the hockey stick. *Research Policy*, 42(10), 1706-1715. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.08.009>
- Merton, R. K. (1938). Science, technology, and society in seventeenth-century England. *Osiris*, 4(1), 360-632. <https://doi.org/10.1086/368419>
- Miles, D. A. (2017). A taxonomy of research gaps: Identifying and defining the seven research gaps methodological gap. *Journal of Research Methods and Strategies*. <https://www.researchgate.net/publication/319244623>
- Mokyr, J. (2016). *A culture of growth: The origins of the modern economy*. Princeton University Press.
- National Bureau of Statistics. (2019). *National survey of micro small & medium enterprises (MSMES)*.
- National Bureau of Statistics. (2020). *Demographic statistical bulletin*.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change, and economic performance*. Cambridge University Press.
- Noussair, C. N., Trautmann, S. T., Kuilen, G. van de, & Vellekoop, N. (2013). Risk aversion and religion. *Journal of Risk and Uncertainty*, 47(2), 165-183. <https://www.jstor.org/stable/43550182>
- Organisation for Economic Co-operation and Development/Eurostat. (2018). *Oslo manual (2018): Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation* (4th ed.). The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing/Eurostat.
- Okulicz-Kozaryn, A. (2015). The more religiosity, the less creativity across US countries. *Business Creativity and the Creative Economy*, 1(1), 81-87. <https://doi.org/10.7282/T3J67JW2>
- Otite, O. (1990). *Ethnic pluralism and ethnicity in Nigeria*. Shancson. Ibadan
- Parboteeah, K. P., Hoegl, M., & Cullen, J. B. (2009). Religious dimensions and work obligation: A country institutional profile model. *Human Relations*, 62(1), 119-148. <https://doi.org/10.1177/0018726708099515>
- Pargament, K. I. (1997). *The psychology of religion and coping: Theory, research, and practice*. Guilford Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.
- Raghupathi, V., and Raghupathi, W. (2017). Innovation at country-level: association between economic development and patents. *J. Innov. Entrep.* 6:4. doi: 10.1186/s13731-017-0065-0

- Recio-Román, M., & Román-González, M. R. (2019). Religion and innovation in Europe: Implications for product life-cycle management. *Religions*, 10(10), 589. <https://doi.org/10.3390/rel10100589>
- Rogers, E.M. (1962). *Diffusion of Innovations*. Free Press, New York.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Scott, W. R. (2013). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities*. Sage Publications.
- Stark, R., & Finke, R. (2000). *Acts of faith: Explaining the human side of religion*. University of California Press.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2013). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change*. John Wiley.
- Tomizawa, A., Zhao, L., Bassellier, G., & Ahlstrom, D. (2020). Economic growth, innovation, institutions, and the Great Enrichment. *Asia Pacific Journal of Management*, 37(1), 7-31.
- Tracey, P. (2012). Religion and organization: A critical review of current trends and future directions. *The Academy of Management Annals*, 6(1), 87–134. <https://doi.org/10.1080/19416520.2012.660761>
- Tzeng, H.-M., & Yin, C.-Y. (2008). Religious activities of inpatients and their family visitors in Taiwan. *Journal of Holistic Nursing*, 26(2), 98–106. <https://doi.org/10.1177/0898010107301614>
- Walter, A., Parboteeah, K. P., Riesenhuber, F., & Hoegl, M. (2011). Championship behaviors and innovation success: An empirical investigation of university spin-offs. *Journal of Product Innovation Management*, 28(5), 586–598. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2011.00826.x>
- Weber, M. (1905). *The protestant ethic and the spirit of capitalism*. Scribner's Press.
- Williams, L., & McGuire, S. (2010). Economic creativity and innovation implementation: The entrepreneurial drivers of growth? Evidence from 63 countries. *Small Business Economics*, 34(4), 391–412. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9145-7>

CONFLITOS DE INTERESSE

O/A autor/a não tem conflitos de interesse a declarar.

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Olusegun Timothy Odesola: Conceitualização, Curadoria de Dados, Análise Formal, Aquisição de Financiamento; Investigação; Metodologia; Administração de projetos; Recursos; Programas; Supervisão; Validação; Visualização; Redação – rascunho original; Redação – revisão e edição.