

PMEs Quebequenses em Ambiente Rural : Exemplos de Sucesso¹

André Joyal e Laurent Deshaies Institut de recherche sur les PME (IRPME), Université du Québec à Trois-Rivières, C.P 500, Trois-Rivières, G9A 5H7 Canada. E-mail: andre_joyal@uqtr.quebec.ca laurent_deshaies@uqtr.quebec.ca

Palavras-chave: PMEs inovadoras, ambiente rural, Quebec, exportação.

- INTRODUÇÃO -

¹ Primeira versão, setembro de 1997; versão revista, fevereiro de 1998.

As grandes alterações ligadas à globalização das trocas comerciais, as inovações tecnológicas e seu impacto sobre o emprego, e as mudanças nas condições de produção agrícola, são fontes de novos desafios para o mundo rural (OCDE, 1996). A necessidade de favorecer uma diversificação da base econômica dos meios rurais se impõe cada vez mais como uma alternativa à desertificação de grandes espaços. Em face dessa exigência, cabe nos perguntarmos sobre a possibilidade que o meio rural oferece à pequena e à média empresa, tendo em mente o que Quévit (1986) definiu como sendo o desafio da industrialização rural. Um desafio que parece destacar, em algumas regiões rurais francesas, as pequenas empresas e, mais especificamente, as unidades artesanais que se tornam as únicas a criar empregos em lugares onde a agricultura tende a desaparecer (Berger e Font, 1997).

Com muita frequência, como observaram Bertrand (1996), e Henry e Drabsentott (1996), as empresas em ambiente rural evocam, antes de mais nada, atividades tradicionais geradoras de pequeno valor acrescentado (agro-alimentar de industrialização primária, madeira e móveis, mecânica pouco complexa), e de pequena extensão. Somam-se a essas características uma mão-de-obra de baixa qualificação, subfinanciamento endêmico, distância das fontes de informação, uso de processos de fabricação antiquados, etc. Para Falcone, Allen e Vatter (1996), o isolamento representa, para os empresários rurais, o principal obstáculo a ser superado. E, de fato, ao menos nos Estados Unidos, as áreas rurais contam com poucos recursos humanos capazes de oferecer aos idealizadores de projetos, ou às empresas existentes, as várias formas de apoio de que as empresas em ambiente urbano podem se beneficiar.

Mesmo que essa representação seja conhecida no meio rural quebequense, será visto, nas páginas seguintes, exemplos de empresas cujos desempenhos permitem uma constatação mais favorável. Para tanto, a atenção será voltada para as PMEs implantadas, em sua maioria, de modo definitivo no mercado exportador. Trata-se de empresas manufatureiras que fazem parte do que Hussel (1992) qualifica de **ambiente rural progressivo**, em que a natureza dos produtos, os processos de fabricação e as estratégias empregadas permitem superar as desvantagens geralmente associadas ao ambiente rural. Neste caso, o estudo de PMEs inovadoras e exportadoras localizadas na região designada como fazendo parte do Quebec rural central (cf mapa em anexo), mostra que os empresários encontraram uma solução para o problema da distância dos grandes centros e suas redes de contatos.

Por outro lado, principalmente nesse tempo de grandes mudanças econômicas, é importante manter a tranquilidade. No Quebec, em 1990, apenas 12,2% das PMEs, em todos os ambi-

entes, faziam exportações. Aumentar essa proporção tornou-se um tema político-econômico (Cúpula Socioeconômica, 1996). Recorrer ao *bench marking* tem se mostrado útil para dar experiência a empresas com possibilidade de sucesso. E, de fato, o estudo de algumas dessas empresas, como as desta amostra, permitem que se tirem ensinamentos referentes à sua capacidade de concorrência nos mercados local e nacional, bem como sobre as exigências de uma implantação definitiva no mercado internacional, mais particularmente no mercado americano. O presente artigo tem portanto o objetivo de questionar o grau presumido de vulnerabilidade das empresas manufatureiras localizadas em ambiente rural.

I

O Ambiente Rural

A quê corresponde o meio rural quebequense? É quase impossível responder de maneira satisfatória a essa pergunta. Não existe uma região rural, mas regiões rurais. Deve-se admitir que a organização e as paisagens rurais da planície de Montreal tem pouco a ver com a organização das pequenas comunidades rurais da região do golfo do Saint-Laurent. A situação demográfica e institucional do mundo rural quebequense é resultado de uma evolução que modificou profundamente os dados dessa realidade social e econômica. As profundas alterações que afetaram o mundo rural quebequense foram muito rápidas. Desde algumas décadas manifesta-se uma verdadeira mutação dos espaços rurais (Jean, 1994). Devido à penetração dos valores urbanos, que acompanha a nova estrutura econômica, o modo de vida se transformou. Os jovens vão estudar nos centros urbanos. Os adultos, por sua vez, deixam a cidade definitivamente para se tornarem neo-rurais, trazendo consigo suas idéias e seu dinamismo (Deshaies e Sénécal, 1997). Tudo isso em um momento em que, cada vez mais, assiste-se à generalização das novas tecnologias relativas tanto à produção quanto à informação ou às comunicações.

Desse modo, se durante séculos a atividade agrícola dominou a paisagem da zona rural, hoje em dia o ambiente rural não se define mais a partir da atividade agrícola. No Quebec a população rural ligada à agricultura não ultrapassa 15%, enquanto que até 1956, a população rural era, em sua maioria, agrícola. Essa evolução é observada em todos os países industrializados. Portanto deve-se reconhecer o lugar cada vez mais predominante ocupado pelas atividades ligadas aos setores de beneficiamento e de serviços. Porém, essa constatação não facilita que se obtenha um conceito único de ruralidade. Na realidade, as

zonas rurais permanecem diferenciadas entre si por suas características econômicas, geográficas, demográficas e sociais. Portanto, não é possível haver um conceito único de ruralidade.

Por esse motivo Huillet e Long (1992) identificam três tipos de zona rural: 1- zonas afastadas : regiões de população bastante esparsa, pouco providas de meios de transporte e serviços diversos; 2- zonas intermediárias : regiões onde vive a metade da população rural dos países da OCDE. A diversificação da economia é sua principal prioridade; 3- zonas economicamente integradas : freqüentemente localizadas próximas de um grande centro urbano, onde se encontra uma população crescente com renda superior à média das zonas rurais. Essa classificação se aproxima da utilizada por Jean (1991), que por sua vez identifica três tipos de espaços rurais : 1- zonas periurbanas encontradas na periferia das grandes cidades; 2- zonas intermediárias, mais distantes que as primeiras das cidades de grande ou média importância; 3- zonas periféricas, realmente afastadas. Para a finalidade de nossa pesquisa, selecionamos a segunda categoria de zona identificada por esses autores, o que Vachon (1995) qualifica como rural central. Visto que a problemática da PME nas regiões periféricas (zonas do terceiro tipo) é muito mais complexa, decidimos não abordá-la no âmbito do presente estudo. Inspirados pelos autores citados aqui, decidimos que uma empresa se encontra em ambiente rural quando é implantada em uma aglomeração de 3000 habitantes ou menos localizada dentro da referida região. Esse número correspondendo aproximadamente, no contexto quebequense, à zona de transição, em que a cidade grande se torna uma aldeia e, nesse sentido, delimita de forma significativa as municipalidades urbanas e rurais.

II

As PMEs Regionais e suas Possíveis Desvantagens

Por PME regional estamos nos referindo, de modo geral, às empresas localizadas fora da grande região metropolitana de Montreal e de Quebec. Mas o que se entende por PME? As empresas consideradas aqui respondem às seguintes perguntas:

- a) tamanho reduzido, ou seja, menos de 250 empregados;
- b) centralização da administração em torno do proprietário-diretor, ou de um grupo de administradores.
- c) uma estratégia intuitiva e pouco formal beneficiando-se da proximidade entre administrador e empregados;
- d) um sistema de informação interna simples baseado no diálogo e no contato direto;

e) um sistema de informação externo pouco complexo, em que os clientes são a principal fonte de informação (Julien, 1997; Fourcade e Marchesnay, 1997):

Os dados do ministério quebequense da indústria, do comércio, da ciência e da tecnologia (1995) mostram que as PMEs manufatureiras são a base de mais da metade dos empregos em manufaturas nas sete regiões administrativas do Quebec: Laval, meio urbano (64,1%), Baixo Saint-Laurent, rural periférico (63,1 %), Lanaudière, rural periférico (58,2 %), Chaudière-Appalaches, rural central, (58 %), Quebec meio periurbano (57 %). Montreal (53 %), Mauricie-Bois-Francis, parcialmente rural central (51,4 %). Entretanto, a posição relativa das PMEs manufatureiras em região não-metropolitana permanece basicamente marginal. Segundo essa mesma fonte, a situação é explicada pelos seguintes fatores:

- fraqueza do mercado regional;
- distância das outras regiões do Quebec. Pensa-se, aqui, nos custos de frete envolvidos tanto para o provisionamento como para a expedição;
- ausência de mão-de-obra especializada. As regiões sofrem de escassez de engenheiros e de trabalhadores qualificados. As PMEs seriam obrigadas a recorrer aos serviços de consultores de fora de sua região;
- ausência de massa crítica. O empresário da região teria com frequência a sensação de fazer parte de uma raça em vias de extinção, no sentido de constantemente precisar enfrentar o isolamento em seu setor de atividade;
- ausência de pesquisa e desenvolvimento. Vê-se aqui uma ligação com as dificuldades para obter mão-de-obra especializada.

As outras dificuldades assinaladas, que representam uma desvantagem para as PMEs em ambiente rural se referem ao acesso ao capital de risco, à ausência de empresas de serviços, à distância dos órgãos de pesquisa governamentais, e à inexistência de uma cultura empresarial.

Em que medida essas desvantagens são realmente importantes, em um contexto em que a informação se torna um dos principais fatores de localização para toda empresa inovadora, também chamada “de classe mundial” (Julien, 1994a)? A resposta a essa pergunta obriga a nos demormos sobre o conceito de empresa inovadora, associando a ele, em primeiro lugar, o que a OCDE, em um estudo (1996a), qualifica de nova abordagem em matéria de desenvolvimento regional.

III

Desenvolvimento Regional : Uma Mudança de Perspectiva

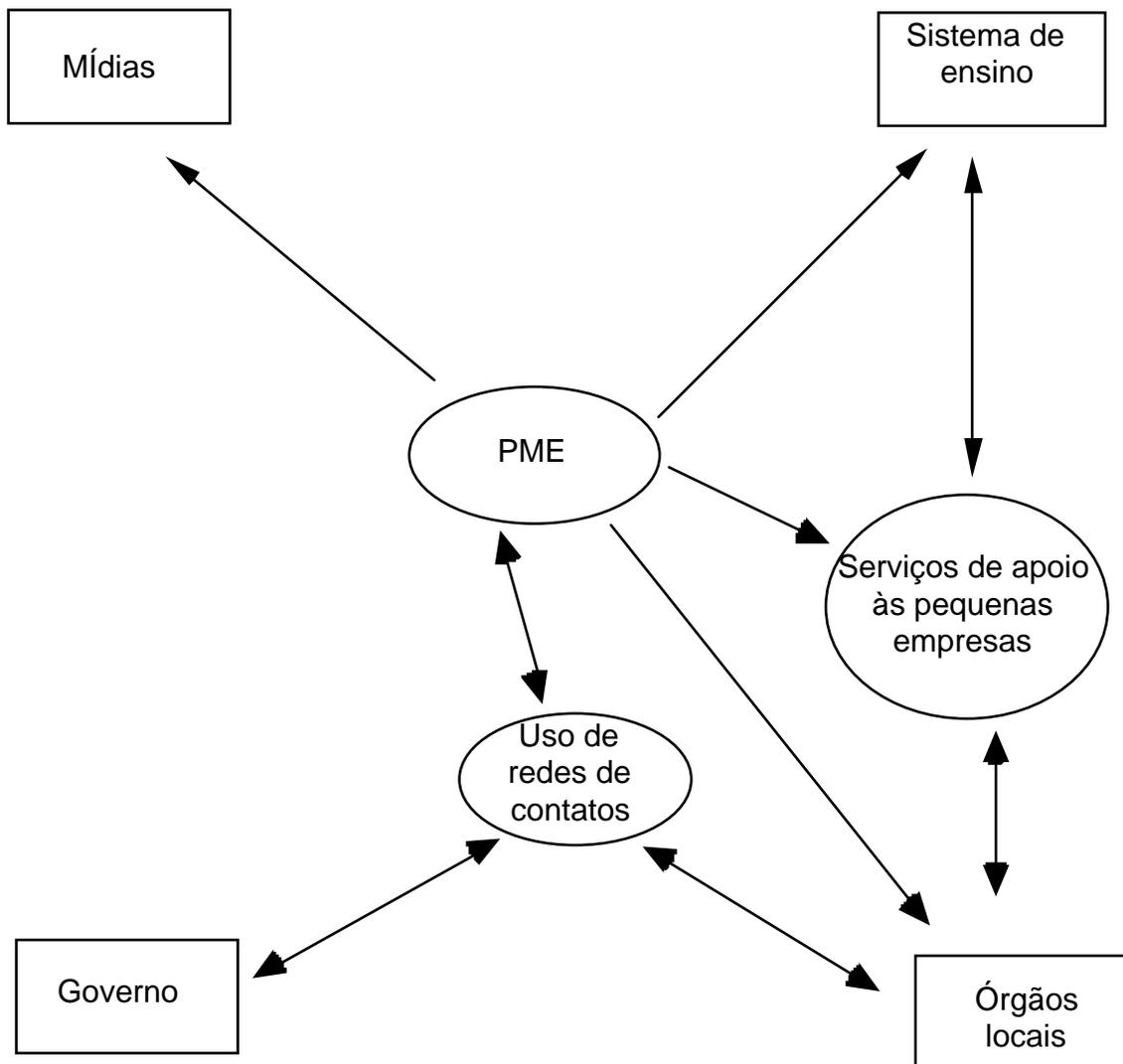
A abordagem tradicional do desenvolvimento econômico regional era resultado de uma visão diferente da baseada no empresariado local. Portanto, não se trata mais de desenvolver infra-estruturas econômicas, de elaborar planos macroeconômicos ou de avaliar projetos de investimento, mas sim de responder às necessidades não-financeiras das pessoas que abrem uma pequena empresa. Assim sendo, em um mundo em que a localização não mais depende basicamente da disponibilidade de matérias-primas, ou da proximidade dos mercados, o papel de vários agentes de desenvolvimento econômico passou de ser quem executava o programa, ao de quem oferece serviços de consultoria e orientação aos empresários locais.

Em conseqüência, os órgãos de desenvolvimento regional do Canadá levantaram as seguintes questões (OCDE, 1996a, p.9):

- O que poderia ser feito para estimular uma cultura empresarial mais vigorosa, e uma autonomia mais forte, capaz de garantir o futuro econômico a longo prazo das regiões?
- O que poderia ser feito para apoiar e influenciar o processo que leva as pessoas a decidirem abrir sua própria empresa?
- O que é necessário para melhorar as taxas de sobrevivência e de crescimento das empresas, novas ou já estabelecidas, bem como sua competitividade em um contexto de globalização e de evolução da tecnologia?
- O que pode ser feito para aumentar a “vitalidade empresarial” global das regiões?

Essas questões sugerem que a promoção do empresariado tornou-se uma prioridade do desenvolvimento regional, como se pode ver na figura 1. O presente estudo, ao invés de respondê-las, pretende mostrar a pertinência da perspectiva empresarial baseada na inter-relação entre os vários agentes econômicos engajados nesse processo.

Figura 1: Atores de uma estratégia de desenvolvimento empresarial



Fonte: adaptada de OCDE (1996a, p. 25)

Observa-se a presença de quatro agentes principais: os órgãos governamentais, as mídias, o mundo da aprendizagem e os órgãos locais. Uns e outros atuam junto à PME com a finalidade de sensibilizar, informar, e promover idéias e programas de apoio através das diferentes redes de contato dentro das quais evoluem.

IV

A PME de “Classe Mundial”

Um estudo sobre as PMEs em ambiente rural não pode abstrair as conseqüências da globalização dos mercados, que obriga as PMEs a reagir, a fim de garantir sua sobrevivência e sua prosperidade futura. Obrigadas a continuar, as mais dinâmicas se preparam, há já alguns anos, para responder às novas exigências do mercado. Algumas adotam um novo estilo de gerência, envolvendo ao mesmo tempo a estratégia comercial e as mudanças tecnológicas. Portanto é cada vez mais aceito que as PMEs exercem um papel importante no desenvolvimento tecnológico (Acs e Audretsch, 1990). Quanto a esses últimos, referimo-nos a um conjunto de técnicas e ferramentas utilizadas nos processos complexos de gestão e produção, com freqüência bastante diferentes para cada empresa radical ou gradual (incremental) (Jacob, 1997). Por esse motivo Marchesnay e Fourcade (1997, 284) julgam oportuno diferenciar três tipos de inovação: inovação do produto; inovação do processo ou da produção, e inovação organizacional, esclarecendo que, podendo ser tanto radical como incremental, a inovação não é um ato restrito a algumas empresas envolvidas com projetos ditos de “alta tecnologia”. E, de fato, sempre reconhecendo que o processo de adoção de tecnologias ocorre principalmente de forma gradual, Bernard e Torre assinalam, para a França, que ela ocorre em quase 60% das PMEs do setor manufatureiro, resultados que se somam aos registrados por Carrière e Julien (1994), que mostram que em 1992, no Quebec, mais de 50% das empresas com menos de cinquenta empregados possuía ao menos uma nova tecnologia, em geral uma máquina de controle numérico. Somando-se as tecnologias genéricas, essa percentagem ultrapassava 60%.

Surgem os novos conceitos e formas de fabricação. Referimo-nos aqui, dentre outros, ao gerenciamento pela qualidade total, aos sistemas de dados informatizados e às normas internacionais de sistemas de qualidade. O uso de tecnologias controladas por computador fazem da **qualidade** dos produtos um requisito insuperável, oferecendo à empresa a possibilidade de ascender ao status de PME de “classe mundial”. O acesso de forma duradoura aos mercados estrangeiros confere esse status a uma PME.

A empresa só pode existir e prosperar segundo sua capacidade de ganhar e conservar clientes. Em conseqüência, seus objetivos se definem em relação ao volume de vendas, à percentagem do mercado, aos índices de satisfação da clientela e, naturalmente, aos lucros.

Concordando com essa visão, Julien (1994) assinala que um dos desafios mais importantes da competitividade consiste em ser bem-sucedido nos mercados que se globalizam. Compreende-se, assim, a importância dada, neste caso, à dimensão da exportação. Considerar que uma empresa tem desempenho global é, antes de mais nada, reconhecer que seu produto se impõe no mercado mundial beneficiando-se de seu caráter inovador. Naturalmente, para consegui-lo, a exportação deve ser mantida ao longo do tempo. É importante estar em presença de exportadores profissionais ou, ao menos, de exportadores em transição, como definidos por Joyal et al (1996). Isso porque algumas empresas podem se beneficiar temporariamente de uma oportunidade surgida no mercado externo, sem garantias de uma implantação duradoura. Portanto a atenção se volta a esse tipo de empresa inovadora que o Small Business Research Centre (1992) considera como tendo o crescimento mais rápido e o maior sucesso na concorrência. As seções seguintes mostram como se comportam, com base nessas considerações, uma amostra de 27 empresas ligadas ao setor manufatureiro definido como “complexo” por Malecki, (1994) também designado como sendo de alto valor acrescentado.

V

Objetivos e Metodologia da Pesquisa

A descrição dos elementos acima demonstra a existência de uma nova problemática referente à implantação e ao crescimento das PMEs em ambiente rural. Há alguns anos surgem novos discursos sobre o desenvolvimento regional e a internacionalização da economia. Portanto, torna-se pertinente perguntar sobre as oportunidades oferecidas pelo meio rural às empresas ou empresários locais que devem enfrentar a globalização dos mercados. Em consequência esta pesquisa, em sua fase exploratória, está relacionada às questões seguintes:

1. Existem PMEs de “classe mundial” no meio rural quebequense, e quais são as suas principais características?
2. Em uma primeira fase de análise, pode-se evidenciar os motivos que favorecem sua implantação e seu crescimento em tal meio?

Quanto à segunda pergunta, levar em consideração a literatura citada nas seções precedentes nos leva a pensar em um quadro de hipóteses construído sobre três grandes eixos.

Primeiro, o sucesso de uma empresa em meio rural pode vir de um tipo de atividade preferencial. A decisão de implantação e de expansão da empresa não é neutra em termos de am-

biente, com as regiões urbanas podendo ser favorecidas por determinadas atividades, e as regiões rurais por outras. As análises tradicionais demonstraram extensamente esse estado de coisas. A segunda hipótese refere-se à importância do meio de implantação para as empresas, referindo-se ao papel ou à influência dos agentes socioeconômicos do meio ao qual pertence a empresa. O tamanho da localidade de implantação, evidentemente, afeta a presença e a qualidade desses intervenientes. Soma-se aqui a proximidade de estradas e de cidades de tamanho médio. A terceira hipótese, que acompanha a importância do empresário, dedica dessa vez ao proprietário-administrador uma atenção particular quanto ao seu local de origem e, principalmente, ao grau de dinamismo expresso.

5.1. Coleta de Dados

A melhor estratégia para responder às duas questões levantadas, e para verificar as hipóteses se baseia em uma pesquisa feita com proprietários-administradores de PMEs, em consultas a agentes de desenvolvimento econômico, e pela análise dos dados oficiais existentes. A análise das entrevistas permite verificar a primeira e a terceira hipóteses, no que se refere ao tipo de atividade e ao comportamento do proprietário-administrador. Os dados retirados do recenseamento canadense e o auxílio de mapas topográficos serviram para se verificar a segunda hipótese.

Para a pesquisa, a amostra foi levantada a partir de um conjunto de 200 PMEs manufatureiras exportadoras obtido a partir de uma listagem fornecida pelo Centro de Pesquisa Industrial do Quebec. As empresas foram escolhidas de modo não-aleatório, no ambiente rural próximo do *hinterland* quebequense, ou nas regiões administrativas de Lanaudière e de Mauricie/Bois-Francs. Essa escolha não-probabilística das empresas baseou-se em algumas características: variedade dos setores de atividade, número de empregados, localização e independência da empresa.

A pesquisa foi realizada junto a 45 empresas das regiões supracitadas, tendo sido objeto de uma primeira análise para se verificar as semelhanças e as diferenças dependendo de elas serem localizadas em pequenas aldeias ou em um ambiente rural ou semi-rural (Joyal e Deshaies, 1997). Não foi observada nenhuma diferença significativa entre os tipos de ambiente, em relação ao caráter inovador e à importância das exportações no volume das transações. O presente estudo foi realizado com 27 empresas localizadas exclusivamente em ambiente rural.

As informações foram levantadas a partir de entrevistas no local da empresa, a partir de uma estrutura de condução semi-estruturada, incluindo perguntas abertas e fechadas, e dividindo-se em quatro partes. Uma primeira parte se referia à história da empresa, enquanto que a segunda cobria as diferentes informações relativas à exportação. As duas últimas partes eram relativas à influência exercida pelos agentes pertencentes ao meio imediato das empresas. Questões particulares, como tecnologia, mão-de-obra e percepção dos programas governamentais também foram objeto de atenção específica. Uma ligação telefônica permitiu, quando necessário, a obtenção de informações complementares.

5.2. Descrição da Amostra

A amostra compreende empresas contando entre 3 e 165 empregados em tempo integral, divididas entre os seguintes setores:

- _ Madeira: 5 empresas;
- _ Móveis: 3 empresas;
- _ Produtos metálicos: 4 empresas;
- _ Maquinaria e transporte: 7 empresas;
- _ Outros setores: 8 empresas.

Como mostra a tabela 1, as diferenças de tamanho entre as empresas exige o uso de mediana, mais apropriada que a média. Uma empresa “mediana” está atuando há 21 anos, conta com 49 empregados e gera um volume de negócios no valor de 3 milhões de dólares canadenses. Após cerca de dez anos de atividades, penetraram progressivamente no mercado externo, para onde escoam 27,5% da sua produção.

Tabela 1: Descrição da amostra de PMEs rurais

	Média	Mediana
Idade da Empresa	26	21
Número de empregados	57	49
Valor dos negócios (milhões \$)	7,1	3,1
Tempo de Atividade Exportadora	13	11
Proporção do volume exportado	33,3	27,5

É interessante observar que essa parte das exportações é relativamente elevada, levando-se em conta a idade das empresas estudadas. E, de fato, a maioria dessas empresas só se

envolveu com exportações a partir dos anos oitenta. O interesse pela conquista de um mercado externo manifesta-se somente há poucos anos, o que explica, ao menos em parte, o acordo de livre comércio celebrado com os Estados Unidos e o México. Em consequência, as empresas mais jovens parecem internalizar melhor a necessidade de exportar. Dentre essas, algumas desfrutam mesmo do fato de fabricarem um produto exclusivo (enfardadeira, prensa rotativa, caçambas, separadores de líquidos, etc.).

É impossível comparar a amostra do estudo com os dados regionais ou provinciais, tendo-se em vista os critérios fixados no início para a escolha das unidades de amostragem, em especial as relativas à propriedade independente e ao papel desempenhado pelo proprietário-administrador. Além disso, levando-se em conta todos os critérios, é impossível extrapolar os dados para uma população desconhecida, de onde foi retirada a amostra. Entretanto, nossos conhecimentos sobre PMEs exportadoras do Quebec nos levam a afirmar que nossa amostra, mesmo não sendo estatisticamente significativa, fornece informações que refletem a situação atual do Quebec, em sua região rural central.

Uma amostra de 27 unidades certamente parece limitada, mas conta com a imensa vantagem de trazer uma avaliação empírica sobre a pertinência de uma nova abordagem da relação entre a atividade manufatureira e o meio rural. As discussões e os debates entre estatísticos são numerosos. Para alguns, o número de 30 é o mínimo necessário para despertar o interesse estatístico, enquanto que outros exigem 50, e até mesmo 100. O tamanho da amostra não prejudica a qualidade da análise, pois os fatos significativos são às vezes mais isolados do que as aparências fazem crer. No caso presente, os resultados qualitativos e quantitativos, justapostos a dados sobre a estrutura geográfica, levam à consciência de uma possível mutação entre a atividade manufatureira e o meio rural. Postas de lado essas observações, é preciso lembrar que, para a interpretação, os resultados obtidos para o conjunto da amostra são claramente mais confiáveis que os separados por categoria.

VI

PMEs de “Classe Mundial”?

Para demonstrar a existência de PMEs de classe mundial a partir dessa amostra, destacamos seu caráter inovador, com base em oito indicadores (cf tabela 2) baseados na documentação citada acima. Uma empresa voltada para pesquisas e desenvolvimento (P&D), ou que engaje seus empregados em programas de formação, tem grandes chances de se encontrar

no grupo das empresas consideradas inovadoras. Desse modo, cinquenta e seis por cento das PMEs estudadas realizam P&D e oferecem formação a seus empregados. Essas são as duas características que melhor distinguem nossa amostra.

Para os outros indicadores : participação ou obtenção do certificado ISO, novas tecnologias de produção, e design inovador, a proporção de PMEs que os utilizam varia de 15 a 33%.

Tabela 2: Características da Inovação das PMEs Manufatureiras Exportadoras da Amostra (% de PMEs apresentando a característica inovadora)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Industria de madeira	60	20	0	60	20	60	20	20	2,6	5
Móveis	33,3	33,3	0	66,6	66,6	100,0	66,6	66,6	4,3	3
Produtos metálicos	50	0	0	0	25	25	25	50	1,7	4
Maquinaria e transporte	71,4	28,6	28,6	57,1	42,9	85,7	57,1	28,6	4,0	7
Outras empresas	50	0	37,5	37,5	25	25	12,5	12,5	2,0	8
% ponderada para o conjunto	55,5	14,8	18,5	44,4	33,3	55,5	33,3	29,6	2,9	27

- | | | |
|--|-------------------------------|---|
| 1 P&D | 2 Participação ISO | 3 |
| | 4 Nova tecnologia de produção | |
| 5 Novo design do produto | 6 Formação dos empregados | |
| 7 Novo produto | 8 Nova concepção do produto | |
| 9 Número médio de características inovadoras | 10 Número de respondentes | |

É nos setores de móveis, maquinaria e transporte que a presença das inovações é mais forte: tem-se 4,3 características inovadoras no setor de móveis, em comparação com 4,0 no setor de maquinaria e transporte. Nas áreas de madeira e de produtos metálicos, tem-se menos a metade. Essas informações são interessantes principalmente no que se refere ao setor moveleiro, geralmente considerado tradicional ou “antigo”.

À primeira vista essas percentagens podem parecer pequenas. Entretanto, deve ser feita a pergunta sobre a necessidade, para as PMEs, de se diferenciarem para os oito indicadores. Uma PME pode inovar a partir de sua tecnologia, mesmo fabricando um produto conhecido de todos. Na realidade, para melhor compreender a natureza dos diferentes dados apresentados na tabela 2, é preciso levar em consideração a existência de uma maioria de empresas com menos de 50 empregados. Nessas condições, o fato de que três das cinco empresas do setor madeireiro desenvolvem atividades de pesquisa e desenvolvimento, e que uma proporção equivalente está engajada na formação pessoal, merece ser assinalado.

No que diz respeito à certificação ISO, 17 empresas não a possuíam por ocasião da pesquisa, e um número equivalente admitiu não estar em vias de recebê-la, o que é explicado pelo fato de algumas empresas não venderem para grandes empresas, mas diretamente para os consumidores. Seus representantes declararam não ver utilidade na certificação, pois seu produto se distinguia, de qualquer modo, por uma qualidade superior à da concorrência.

Da mesma forma, a referência a um produto novo não deve gerar dúvidas. Se apenas dois setores de atividades marcam mais de 50%, em boa parte dos casos o produto, sem ser novo, foi objeto de uma inovação (novo conceito) que lhe permite colocar-se de maneira favorável no mercado internacional ou, mais especificamente, americano. Às vezes, a inovação se refere essencialmente à tecnologia utilizada, como é o caso do grupo “outras empresas”, apresentando uma taxa de apenas 12,2%. Mas no que se refere aos plásticos, trata-se de empresas que fabricam produtos relativamente simples (puxadores de armário, embalagens para o setor farmacêutico, vasos de flores), que não exigem qualquer pesquisa ou desenvolvimento. São as máquinas controladas por computador (moldagem sob pressão_ e as estratégias comerciais dos administradores dessas empresas, especialmente na área do design, que chamam a atenção aqui.

Quanto à formação profissional que acompanha o uso de novas tecnologias, são as empresas dos grupos “Móveis” e “Maquinaria e Transporte” que se destacam nessa área. As dificuldades encontradas pelas PMEs de meio rural para encontrar o pessoal qualificado de que precisam, com frequência as obrigam a treinar sua própria mão-de-obra. Desse modo, a adoção de novos equipamentos nem sempre tem como consequência a demissão de trabalhadores. Às vezes são encontrados funcionários com mais de vinte anos de casa diante do monitor de máquinas controladas por computador.

Para ilustrar melhor o caráter inovador dessas PMEs rurais, a tabela 3 mostra o número de empresas, segundo o número de características inovadoras.

Tabela 3 Características das PMEs da amostra segundo a intensidade das inovações

<i>Número de inovações</i>	<i>Número de PMEs</i>	<i>%</i>	<i>Número médio de empregados</i>	<i>% de exportações no volume de negócios</i>
Nenhuma	3	11,1	37	13,7
1 a 2	11	40,7	50	38,4
3 a 4	5	18,5	57	48,2
5 a 6	7	25,9	71	23,9
7 a 8	1	3,7	49	33,0
TOTAL	27	99,9	57	33,3

A tabela mostra que apenas 8 empresas em 27 se distinguem por um número superior a quatro características inovadoras. A maioria se caracteriza pela adoção de um a quatro tipos de inovação. No presente caso, um aumento na presença de inovações não parece ter um impacto significativo na importância das exportações. Um resultado que confirma a opinião de que um único elemento associado à inovação pode gerar valor acrescentado e uma abertura para o mercado externo (Joyal, Deshaies, 1997b; Julien, Morin, 1996).

Em resumo, as PMEs rurais da amostra apresentam um número médio de 2,9 características inovadoras. Além disso, a inovação se apresenta mesmo nos setores industriais tradicionais, como o moveleiro, como citado anteriormente. Esses são dois fatos importantes que caracterizam a evolução de algumas PMEs localizadas no ambiente rural quebequense.

VII

Motivos para a Implantação e para o Dinamismo dessas PMEs Rurais

A existência de PMEs rurais de “classe mundial” no Quebec central contradiz a documentação sobre as dificuldades das PMEs em ambiente rural quebequense (cf. supra p.5)? As informações obtidas a partir dos três grupos principais de fatores, avaliados com auxílio do questionário de pesquisa e dos dados oficiais permite, em certa medida, apresentar uma resposta a essa pergunta.

7.1. Fatores Ligados à Empresa

Para os fatores ligados à empresa, no conjunto da amostra, apenas quatro dirigentes afirmam ter escolhido sua localização por causa das vantagens financeiras (custos de produção mais baixos). Dois outros respondentes optaram por uma localização específica

por causa da disponibilidade de mão-de-obra. As empresas com uma necessidade definida quanto a mão-de-obra especializada decidiram procurá-la nas regiões limítrofes. Desse modo, vários funcionários pertencentes ao pessoal administrativo dessas PMEs moram em local diferente da empresa.

A proximidade dos pontos fornecedores de matérias-primas é fator determinante da localização dessas empresas. As mais inovadoras buscam seus bens de produção, na maioria das vezes, em fontes distantes de onde estão implantadas. O comentário de um fabricante de caçambas é eloqüente a respeito: “*A proximidade das matérias-primas não é importante. Existem diversos meios de transporte sofisticados para trazê-las*”. Nesse caso, como para todas as outras empresas, os custos do frete não têm grande influência no seu desempenho global.

Nossas observações diferem das de Henry e Drabenstott (1996). Segundo esses autores, dois elementos favorecem a implantação de PMEs industriais em ambiente rural nos Estados Unidos: os baixos salários (Haynes e Machunda 1987) e os efeitos da concentração (*industry clustering*). No que se refere ao primeiro fator, é importante destacar que o salário médio pago por hora nas PMEs rurais estudadas não é menor ao oferecido pelas PMEs instaladas em ambiente urbano no Quebec. Os empresários, portanto, não se instalam nesse meio particular em virtude dos possíveis ganhos pela massa salarial. Quanto ao segundo fator, ele está relacionado com as vantagens oferecidas pelo efeito de concentração específico dos distritos industriais, ou pelo que se designa na Europa sistemas de produção localizados. E, de fato, as empresas estudadas são isoladas, sendo com frequência a única empresa da cidade, portanto não fazendo parte de um sistema de produção caracterizado pela inter-relação de numerosas firmas de pequeno porte trabalhando no mesmo setor de atividade. A ausência de massa crítica, ou a dispersão das unidades de produção explica assim os fracos elos de ligação entre os administradores dessas empresas e os vários agentes econômicos, como demonstrado acima (Joyal, Deshaies, 1997).

7.2. Fatores Ligados ao Meio

A esse fatores associamos, especificamente, os programas de ajuda governamental ou outras formas de ajuda por parte de órgãos regionais. No conjunto, a percepção dos empresários tende a ser desfavorável. Os programas governamentais não estão adaptados às necessidades das PMEs, mais especificamente às da pequena empresa. Entretanto, eventualmente, não menos de 23 empresas puderam se beneficiar de uma subvenção

governamental. Entretanto, de modo geral, é importante destacar o caráter individualista do empresário em ambiente rural. Desconfiado dos serviços governamentais, prefere contar apenas consigo mesmo. Desse modo, em relação à abordagem visando desenvolver uma cultura empresarial (cf. diagrama 1), nossa experiência mostra que as empresas rurais já estabelecidas raramente se encaixam nesse perfil. O contrário deveria ocorrer com os novos donos de projetos de empresa, mais inclinados a se beneficiar das infra-estruturas de parceria criadas nos últimos anos. Para confirmar essa observação, no parágrafo seguinte relacionamos as empresas com algumas características do ambiente em que se encontram..

Assim sendo, é possível explorar a relação entre um dado meio e as PMEs que aí se encontram. A distância dos grandes centros e das grandes vias de circulação tem um efeito negativo sobre o desempenho dessas empresas, mais especificamente no plano das exportações? O tamanho da municipalidade onde se encontra a empresa compensa a distância de um grande centro? Para responder a essas perguntas, recorreremos a quatro variáveis operacionais: o tamanho da municipalidade, a distância da auto-estrada mais próxima, a distância da cidade com 30.000 a 100.000 habitantes mais próxima.

Essas variáveis foram correlacionadas com a porcentagem do volume de negócios voltado para a exportação, em cada uma das empresas (tabela 4).

TABELA 4

Correlações entre porcentagem das exportações no volume de negócios e variáveis geográficas

	Proporção do volume de negócios exportado (%)	
	r	limite
População da municipalidade	.358	.1818
Distância da auto-estrada mais próxima	— .1087	.597
Distância da cidade de 100 000 h	— .1194	.561
Distância da capital régionale	— .2240	.360

Não apenas os coeficientes de correlação são baixos, como nenhum é aprovado no teste de significância estatística. Esses resultados confirmam, portanto, que a distância dos grandes centros urbanos não afetam essas PMEs em ambiente rural. Desse modo, o meio não é uma desvantagem para sua expansão nem para sua penetração nos mercados internacionais. Esses resultados mais uma vez confirmam os obtidos com a amostra de 45 empresas (Joyal, Deshaies, 1997). Como o tipo de empresa e o meio não são determinantes para o

dinamismo dessas empresas, resta analisar nosso último grupo de fatores, ligados ao proprietário-administrador.

7.3. Fatores Ligados ao Proprietário e ao seu Ambiente Familiar

Referimo-nos aqui a considerações pessoais relativas ao empresário. Quase todos os empresários são da municipalidade onde se está situada a sua empresa. Vinte e três deles reconhecem ter feito sua escolha devido a razões pessoais. A grande maioria, ou seja, 23 administradores, afirmaram não desejar mudar de lugar. O fato de o proprietário ser da região surge como o motivo principal da presença da empresa no meio rural. Entretanto, devido ao fato de a maioria dessas empresas serem familiares, observa-se uma inevitável dependência financeira em relação ao ambiente familiar na maioria dessas empresas.

Para compreender melhor o dinamismo dessas empresas em ambiente rural, é preciso ir além do meio familiar do administrador. Torna-se necessário levar em conta a atitude e o seu comportamento diante da inovação. É nesse nível que investimento do administrador será determinante para o sucesso da PME e a sua penetração no mercado internacional. É o que procuramos mostrar nas linhas seguintes, utilizando quinze empresas de nossa amostra como exemplo.

Com três empresas do setor madeireiro, como bem se pode imaginar, está-se em presença de produtos elaborados : caixões funerários de alto padrão, painéis isolantes estruturais para residências e bastões de hóquei de altíssimo padrão. A inovação está ligada à P&D, aos processos de fabricação e à melhoria do produto.

Mais uma vez, para as três empresas do setor moveleiro, a inovação se encontra na tecnologia utilizada e no design. Além disso uma empresa, atuando no setor de papéis, fabrica cartões de mandril e separadores, oferecendo uma gama admirável de produtos contendo 100% de fibras recicladas e biodegradáveis, inovações que respeitam as exigências de proteção ambiental.

No setor de maquinaria, uma empresa fabrica sistemas de conexão automática para forrageiras, compactadoras de feno e tratores agrícolas. Aqui a inovação reside na possibilidade de conectar a prensa sem descer do trator, eliminando assim riscos de acidentes. Ainda na mesma área, outra empresa fabrica enfardadeiras de forragem que têm a vantagem de trabalhar áreas grandes e pequenas no mesmo tempo e com custos inferiores aos de qualquer outro sistema de colheita. Duas outras empresas fabricam, entre outros

produtos, separadores de líquidos utilizando o processo de osmose inversa. Além disso, uma delas fabrica um sistema robotizado de distribuição de forragem premiado por ocasião de uma importante feira agrícola.

No que se refere aos equipamentos de transporte, uma empresa é especialista na fabricação de caçambas para caminhões mono eixo (cf mais acima). O caráter inovador desse produto está em sua resistência e em seu peso, menor que o da concorrência. Essa particularidade permite à empresa ser competitiva em mercados tão distantes como o australiano. Uma empresa fabrica os cilindros hidráulicos utilizados para erguer as caçambas, e outra o material de limpeza de neve, esta última classificada em primeiro lugar na sua área, no Canadá. Em todos esses casos, deve-se esclarecer, a certificação ISO 9002 foi obtida ou está em vias de ser recebida.

Na categoria intitulada “outras empresas”, a única empresa atuando no setor de vestuário tem um aspecto inovador graças, dessa vez, ao produto, pois a gama exportada apresenta um design especial de vestuário para crianças pequenas. Se alguns produtos aparentemente não têm características inovadoras, como por exemplo no setor de plásticos (cujos produtos são relativamente simples), aqui é a tecnologia controlada por computador que confere à empresa seu status de empresa inovadora.

Para os casos apresentados acima, bem como para a maioria das empresas estudadas, **o engajamento individual de seu administrador** desempenha um papel fundamental. Em relação a um novo campo, com a adoção de novas tecnologias, com o design de um produto, com o desenvolvimento de um novo mercado, a imaginação, a capacidade, a intuição e o dinamismo do administrador são marcantes. A determinação, a confiança em si mesmo, e a audácia do proprietário-administrador explicam o sucesso obtido além das fronteiras por essas empresas aparentemente isoladas em suas cidadezinhas. E, com efeito, cabe a ele por em prática seja suas habilidades manuais ou de desenhista, ou ainda tirar proveito de sua inspiração no que refere à evolução dos mercados e das tecnologias. Resta, a seguir, tomar decisões adequadas em tempo oportuno, para realizar contatos fora de sua região, e mesmo fora do país. A cada vez, a intensidade do engajamento do administrador se mostra a causa principal do sucesso. Por esse motivo um estudo da OCDE (1996-b) reconhece que em muitas zonas rurais o aumento do número de donos de empresa e a melhora no clima comercial constituem fatores críticos para a criação de empregos. Às vezes, como observa (1991) as circunstâncias favorecem as iniciativas individuais, como mostra o exemplo do cantão de Saint-Laurent-de-Chamousset (Reno) ao norte dos Monts du Lyonnais. Esse

cantão, graças à iniciativa do vice-presidente do conselho geral, e de uma associação para o desenvolvimento de empregos, estimulou a criação de uma cooperativa de empresas inovadoras que lhe permitiu recuperar, em 1990, a população que tinha no início do século. Iniciativas semelhantes foram estimuladas no Quebec rural, favorecendo a implantação recente de conselhos locais de desenvolvimento (CLD) em mais de oitenta municipalidades regionais.

VIII

CONCLUSÃO

A presença de PMEs de classe mundial em ambiente rural é baseada em grande parte na iniciativa individual do proprietário-administrador. Será essa uma declaração vazia? Sabe-se que o ato empresarial tem por base o engajamento pessoal. Uma vez implantada a empresa, o dinamismo de seu criador a leva pelo bom caminho, garantindo que chegue a um mercado estrangeiro (americano, para a grande maioria das PMEs quebequenses).

Acima, na seção referente ao ambiente rural, são apresentados alguns fatores levantados pelo MICST (1995) para explicar a fraca presença de empresas manufatureiras em ambiente rural. Nossos trabalhos permitem trazer algumas nuances:

- fraqueza do mercado regional Para o conjunto das empresas consideradas para fins deste estudo, os limites dos mercados local e regional podem ser compensados pelas possibilidades oferecidas pelo mercado exportador;
- o afastamento dos grandes centros urbanos. Para a maioria das empresas de nossa amostra, esse não é um fator determinante. O remanejamento do processo de produção e o tipo de produto explicam o sucesso de algumas PMEs, independente de sua distância dos grandes centros;
- a ausência de mão-de-obra especializada. Vários administradores comentaram suas dificuldades em contratar pessoal qualificado. A vida “ao ar livre” não é atrativo suficiente para os trabalhadores, para compensar as vantagens oferecidas pelo meio urbano;
- a ausência de massa crítica. Não tivemos a oportunidade de constatar uma impressão de isolamento por parte dos administradores. Cada um tem sua rede de contatos, cujos elos se encontram fora da sua região ou do seu país;

- ausência de pesquisa e desenvolvimento. Com exceção dos fabricantes de produtos metálicos, as empresas estudadas no âmbito desta pesquisa estão envolvidas, em um grau relativamente alto, em atividades de P&D. Esse envolvimento se mostra uma condição *sine qua non* de sucesso nos mercados estrangeiros.

Esperamos ter demonstrado que os proprietários-administradores de PMEs rurais conseguem instalar-se com solidez em mercados nacionais e internacionais. Para consegui-lo, ao contrário de seus colegas urbanos, recorrem a inovações de diferentes tipos que lhes permitem, como também constatam Lane e Yoshina (1994), criar novas linhas de produtos, ou consolidar os já existentes.

Uma coisa parece certa, os complexos em relação aos empresários urbanos estão desaparecendo no meio rural. A difusão de tecnologias ocorre no ambiente rural de forma quase análoga à dos grandes centros. Entretanto, apesar da desconfiança em relação à várias formas de auxílio, compreende-se que, no conjunto, os empresários em ambiente rural estariam interessados em lhes dar atenção, desde que satisfizessem suas expectativas e necessidades. Pensa-se no fornecimento de informações de natureza variada versando, por exemplo, sobre a formação de mão-de-obra, novas tecnologias, evolução dos mercados, políticas governamentais, possíveis parcerias (alianças estratégicas) e novos mercados a serem explorados.

BIBLIOGRAFIA

Acs z., Audretsch D., 1990, *Innovation and Small Firms*, Cambridge, MIT Press.

Bertrand N., *L'ancrage spatila des entrprises en milieu rural*, Thèse de doctorat, Université Pierre-Mands-Frances, Grenoble II, juillet 1996, 320 p.

Berger A., Font. E., 1997, *L'entreprise, le ménage et les nouveaux avantages comparatifs de l'espace rural*, XXXIIIème colloque de l'ARSDLF, Lille, 1-3 septembre.

Bernar J. Torre A., 1994 "La dynamique d'innovation et de R-D des PMI françaises", *Revue internationale PME*, vol, 7, no 3-4, pp.19-41.

Carrière B., Julien P.-A., 1994, "L'efficacité des PME et les nouvelles technologies", *Revue d'économie industrielle*, no 64, pp. 120-134.

Deshaies L., Sénécal G., 1997, "Postmodernité et territoire: vers de nouvelles territorialités?", *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 41, no 114, pp. 279-283.

Falcone T., Allen L.D., Vatter, V.R., 1996, "A comparaison of Rural and Urban Economic programmms in Pennsylvania", *Economic Development Review*, Spring, Vol 14, no 2, pp.63-67.

- Haynes K. E, Machunda, Z. B. 1987) "Spatial Restructuring of Manufacturing and Employment Growth in the Rural Midwest: An Analysis for Indiana", *Economic Geography*, Vol 63, no 4, pp. 319-333.
- Henry M., Drabsentott M., 1996, "A New Micro View of the U.S. Rural Economy", *Economic Review Federal Reserve Bank of Kansas City*, Vol. 81, no 2, pp. 53-70.
- Huillet C., Long R., 1992, "Pour une politique de développement régional", *L'Observateur de l'OCDE*, no 178, octobre/novembre, pp. 32-35.
- Hussel J. P., 1991, "Dynamiques rurales et socialbilité catholique", *Politix*, no 15, 3è trimestre, pp. 59-67.
- Hussel J. P., 1992 "Petites et moyennes industries de la France rurale", *Revue de Géographie de Lyon*, Vol 67, no 3, pp. 173-178.
- Jacob R., 1997, "Les nouvelles technologies", dans *Les PME: bilan et perspectives*, sous la dir. de Julien, P.-A., Economica, Paris et Presse Inter Univeritaires, Cap-Rouge, 2è edi., 362 p.
- Jean B., 1991) "La ruralité québécoise contemporaine: principaux éléments de spécificité et de différenciation", dans Vachon, B. (dir.), *Le Québec rural dans tous ses états*, Éditions du Boréal, Montréal.
- Jean B., 1994, *Déclin ou renaissance : l'agriculture et la ruralité au Canada à la croisée des chemins*, Fédération canadienne de l'agriculture et l'Université du Québec à Rimouski.
- Joyal A., et alli., 1996, "Les comportements stratégiques des dirigeants de PME exportatrices du Québec", *Gestion, Revue internationale*, Vol 21, no 1, pp. 29-37.
- Joyal A., 1996, *Des PME et le défi de l'exportation*, Presses Inter-universitaires, Québec, 137 p.
- Joyal A., Deshaies L., 1997, "Développement local et PME innovante en région: un lien à explorer", à paraître, *Revue Canadienne de sciences régionales*.
- Joyal A, Deshaies, L., 1997b, "Des PME en régions face au défi de la mondialisation", *Revue canadienne d'études internationales*, no 16, automme, pp. 2- 14.
- Julien P. A., 1994, *Le développement économique régional : réflexions sur les conditions d'application aux régions nordiques*, Bureau de soutien de l'examen public du projet Grande Baleine, Montréal.
- Julien P. A., 1994a, sous la dir. de, *Pour des PME de classe mondiale*, Éditions transcontinentales, Montréal, 251 p.
- Julien P. A., 1997, sous la dir. de, *Les PME: bilan et perspectives*, Op. cit.
- Julien P.-A., Morin, M., *Mondialisation de l'économie et PME québécoises*, Presses universitaires du Québec, Québec, 204 p.
- Lane B., et Yoshinaga, K., 1994), "Niche Markets for the Rural World", *OECD Observer*, Oct/Nov no 190, pp 14-18.
- Marchesnay M., Fourcade C., 1997 *Gestion de la PME/PMI*, Nathan, Paris, 317 p.

Malecki E. J., 1994, "Entrepreneurship in Regional and Local Development", *International Regional Science Review*, 16.

MICST, (1995, *La PME au Québec : l'état de la situation*, Gouvernement du Québec, Québec.

OCDE, 1996a, *Stratégie de promotion de l'entrepreneuriat: le cas de la région de l'Atlantique*, Paris, 1996.72 p.

OCDE, 1996b *Formuler des meilleures politiques pour le développement rural*, Paris, 120 p.

Quévit, M., 1986, *Le défi de l'industrialisation rurale*, Anthropos, Paris.

Small Business Research Centre, 1992, *The State of British Enterprise*, Cambridge, Cambridge University Press.

Sommet socioéconomique, 1996, Documenttion du gouvernemnt du Québec, Québec.

Vachon, B., 1995, Local Economic Development Policies in Rural Quebec, in *Community Economic Development in Canada*, J. A Douglas, (dir), McGraw-Hill-Ryerson, Toronto.

RESUMO

Este artigo pretende questionar o grau presumido de vulnerabilidade das empresas manufatureiras em ambiente rural. Depois da Segunda Guerra Mundial, as zonas rurais conheceram um declínio devido à industrialização e à urbanização. Os trabalhos partiam do pressuposto que os meios rurais apresentavam grandes desvantagens : mercado pequeno, distância das cidades, mão-de-obra pouco especializada. Mas depois de quinze anos, essas regiões estão mais diversificadas; as políticas de desenvolvimento regional reconheceram a importância da "vitalidade empresarial", e as indústrias dependem menos de recursos naturais e da proximidade dos mercados; finalmente, a internacionalização da economia está no auge. Todos esse fenômenos colocam em novos termos as relações entre a indústria manufatureira e o meio rural O estudo de 27 empresas em regiões rurais do Quebec ilustra a dimensão inovadora e exportadora de várias PMEs em ambiente rural. A implantação nesse meio não impede a certificação ISO, as novas tecnologias de produção, um novo design do produto, a concepção de um novo produto... todas características que distinguem essas empresas nascidas no meio rural e desejosas de nele permanecer. O sucesso dessas PME se baseia mais no engajamento particular de seu administrador do que na contribuição do meio.

RÉSUMÉ

L'article vise à questionner le présumé degré de vulnérabilité des entreprises manufacturières en milieu rural. Après la Deuxième Guerre Mondiale, les milieux ruraux ont connu un déclin au profit de l'industrialisation et de l'urbanisation. Les travaux ont mis de l'avant que les milieux ruraux présentaient de nombreux handicaps: faiblesse du marché, éloignement des villes, main-d'oeuvre peu spécialisée. Mais depuis une quinzaine d'années, ces milieux se sont diversifiés; les politiques de développement régional ont reconnu l'importance de la <vitalité entrepreneuriale> et les industries sont moins dépendantes des ressources naturelles et de la proximité des marchés; enfin, l'internationalisation de l'économie bat son plein. Tous ces phénomènes reposent en des termes nouveaux les rapports entre l'industrie manufacturière et le milieu rural. L'étude de 27 entreprises en régions rurales du Québec illustre la dimension innovante et exportatrice de plusieurs PME en milieu rural. L'implantation dans ce milieu n'empêche pas la certification ISO, les nouvelles technologies de production, un nouveau design du produit, la conception d'un produit nouveau... autant de caractéristiques distinguant ces entreprises nées en milieu rural et désireuses d'y rester. Le succès de ces PME repose davantage sur l'engagement spécifique de leur dirigeant que de la contribution de leur milieu.

SUMMARY

The purpose of this article is to raise a number of questions concerning the often studied degree of instability of small manufacturing enterprises in a rural environment. According to various authors, the rural setting suffers from several handicaps; market weakness, isolation from main urban centers, lack of skilled man-power, etc. However, beginning in the early 80s the traditional situations appears to have changed. In many cases the economic structure of the rural environment has become more diversified and rural entrepreneurship among the various regional development policies has become more importance. In such environments, innovative SMEs can take advantage of their lack of dependency in natural resources on the part of innovative SMEs. In addition, given the importance of the added value created by these enterprises, market proximity is less important than in the past and they are better able to take advantage of market globalization. These developments necessitate the formulation of a new vision of the relationships between the manufacturing sector and the rural environment.

In this article, a sampling of 27 exporting SMEs located in rural Québec is studied to illustrate their ability to innovate and export their products. The results suggest that, their location has not been an impediment for several of these enterprises in the acquisition of ISO certification, the adoption of new technologies, in improving their products or marketing new products, all of which are examples of initiatives that provide an increasing chance of success. The success of these small businesses is due primarily to the involvement of the entrepreneur who operate the business and does not appear to depend on the rural environment in which the enterprise is located.