

MULHERES NA VITIVINICULTURA: BARREIRAS, ESTRATÉGIAS E AGENDAS DE PESQUISA

¹Rafaela Zimieski
²Tatiane Pellin Cislighi
³Raquel Breitenbach

RESUMO

Objetivo: Mapear o conhecimento acerca da evolução conceitual-teórica do empreendedorismo feminino no setor vitivinícola por meio de uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL).

Originalidade/valor: O estudo busca identificar boas práticas que orientem o desenvolvimento de políticas e ações voltadas ao fortalecimento do protagonismo das mulheres no setor vitivinícola, além de destacar agenda e *insights* para pesquisas futuras.

Métodos: A RSL analisou 25 artigos das bases *Scopus* e *Web of Science*, analisando de maneira detalhada sobre o empreendedorismo feminino em categorias temáticas.

Resultados: As principais contribuições apontam que o empreendedorismo feminino na vitivinicultura é sustentado por quatro dimensões: estruturais, socioculturais, organizacionais e individuais. As estratégias envolvem redes de apoio, diversificação produtiva, inovação digital e liderança colaborativa orientada à sustentabilidade. As boas práticas destacam a importância de políticas públicas inclusivas e formação empreendedora.

Conclusões: Apesar dos desafios ligados à desigualdade de gênero, acesso a crédito, sucessão familiar e visibilidade institucional, as empreendedoras do mundo vinho não apenas assumem funções de liderança, mas também atuam como agentes de transformação, fortalecendo o enoturismo e a identidade cultural/territorial.

Palavras-Chave: Liderança feminina. Setor Vitivinícola. Redes de cooperação. Sustentabilidade.

FUTURE STUDIES RESEARCH JOURNAL
Scientific Editor: Renata Giovinazzo Spers
Evaluation: Double Blind Review, pelo SEER/OJS
Received: 30/01/2026
Accepted: 06/05/2026

¹ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – IFRS, Campus Bento Gonçalves, Rio Grande do Sul, (Brasil). E-mail: rafa.zimieski@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-6435-164X>

² Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – IFRS, Campus Bento Gonçalves, Rio Grande do Sul, (Brasil). E-mail: tatiane.cislighi@bento.ifrs.edu.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1199-1634>

³ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – IFRS, Campus Sertão, Rio Grande do Sul, (Brasil). E-mail: raquel.breitenbach@sertao.ifrs.edu.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9431-3766>

FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN VITIVINICULTURE: BARRIERS, STRATEGIES, AND RESEARCH AGENDAS

ABSTRACT

Purpose: To analyze the conceptual and theoretical development of female entrepreneurship in the wine industry based on a Systematic Literature Review (SLR).

Originality/value: This study seeks to identify best practices that can guide the development of policies and actions aimed at strengthening women's protagonism in the wine sector, while also highlighting research agendas and insights for future studies.

Methods: The SLR analyzed 25 articles retrieved from the Scopus and Web of Science databases, providing an in-depth examination of female entrepreneurship across thematic categories.

Results: The main contributions indicate that female entrepreneurship in vitiviniculture is supported by four dimensions: structural, sociocultural, organizational, and individual. Strategies include support networks, productive diversification, digital innovation, and collaborative leadership oriented toward sustainability. Best practices emphasize the importance of inclusive public policies and entrepreneurial training.

Conclusions: Despite challenges related to gender inequality, access to credit, family succession, and institutional visibility, women entrepreneurs in the wine world not only assume leadership roles but also act as agents of transformation, strengthening wine tourism and cultural/territorial identity.

Keywords: Female leadership. Wine sector. Cooperation networks. Sustainability.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é compreendido como o processo de criação, desenvolvimento e consolidação de negócios, sustentado por planejamento, adaptação estratégica, tecnologia e inovação contínua (Dressler & Paunović, 2021; Oyebanjo & Tengeh, 2021; Smachylo, Rudachenko, Kulinich & Simonov 2025). Trata-se de uma atividade que articula dimensões econômicas e sociais, sendo influenciada por variáveis como gênero, raça e classe social (Koul *et al.*, 2022). Como parte desse campo, o empreendedorismo feminino emerge como um vetor estratégico de transformação econômica, social e cultural, expressando novas formas de liderança e protagonismo (Welsh, Memili, Kaciak, Al Sadoon, 2014; OECD, 2021; GEM, 2022).

Estudos recentes descrevem o empreendedorismo feminino como uma forma singular de liderança, caracterizada pela empatia, colaboração e resiliência (Colapinto, Finotto & Mauracher, 2021). Essa presença crescente das mulheres em espaços empreendedores tem desafiado estruturas de poder e

redes historicamente masculinizadas, promovendo uma redefinição dos papéis de gênero e dos modelos de gestão (Goncalves, Haidar & Celik, 2024).

As formas de empreendedorismo feminino são múltiplas e dependentes do contexto. Elas oscilam entre o empreendedorismo por necessidade, motivado pela geração de renda e sobrevivência familiar, e o empreendedorismo por oportunidade, associado ao desejo de autonomia, realização pessoal, continuidade de legados e valorização de práticas culturais (Muñoz & Pérez, 2007). Em relação ao contexto, o presente estudo terá como campo empírico de pesquisa o setor vitivinícola. O setor vitivinícola representa uma parcela importante da economia global, contribuindo com cerca de 2,5% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial e gerando impacto econômico substancial em diversas cadeias produtivas. No Brasil o mercado de vinhos movimentou cerca de R\$ 19,3 bilhões em 2024, o que correspondeu a aproximadamente 0,2% do PIB nacional, evidenciando sua relevância econômica e potencial de desenvolvimento regional (Wifitalents, 2025; RVI, 2025). Nesse setor, as motivações assumem feições específicas, como: o fortalecimento de redes femininas, a incorporação de práticas sustentáveis e a valorização de experiências territoriais, as quais têm ampliado a legitimidade e a visibilidade das mulheres empreendedoras (Santos, Marques & Ratten, 2019).

Apesar do avanço das discussões sobre empreendedorismo feminino nas últimas décadas, a literatura ainda se desenvolve de modo desigual entre setores e contextos. Em termos gerais, os estudos têm demonstrado que mulheres empreendedoras enfrentam barreiras recorrentes relacionadas ao acesso a crédito, redes de negócios, reconhecimento institucional e conciliação entre trabalho produtivo e família (Garg & Agarwal, 2017; Meyer & Landsberg, 2018; Huamán et al., 2022). Também já se reconhece que a atuação feminina pode estar associada a estilos de liderança mais colaborativos, maior sensibilidade para sustentabilidade e fortalecimento de vínculos territoriais (Santos, Marques & Ratten, 2019; Colapinto, Finotto & Mauracher, 2021; Goncalves, Haidar & Celik, 2024).

Entretanto, quando o foco recai sobre o setor vitivinícola, o conhecimento disponível ainda se mostra disperso e pouco consolidado. Parte dos estudos concentra-se em dimensões específicas, como redes sociais, identidade, resiliência organizacional, sucessão familiar ou inovação em pequenas vinícolas (Santos, Marques & Ratten, 2019; Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020; Casprini, Pucci & Zanni, 2023), mas ainda são escassas sínteses que integrem essas diferentes abordagens em uma interpretação abrangente sobre como se estruturam as barreiras, estratégias e contribuições do empreendedorismo feminino nesse setor.

Além disso, a literatura revela assimetrias importantes. Há predominância de estudos situados em determinados contextos nacionais e regionais, com limitada comparação entre realidades socioculturais distintas, especialmente entre países centrais e contextos emergentes (Pospisil & Zavodna, 2022; Lima *et al.*, 2024; Goncalves, Haidar & Celik, 2024). Persistem, ainda, lacunas quanto à sistematização de boas práticas e recomendações capazes de subsidiar políticas públicas, programas de apoio e estratégias organizacionais voltadas ao fortalecimento da liderança feminina na vitivinicultura.

Desse modo, a lacuna não reside apenas na escassez numérica de estudos sobre mulheres no setor do vinho, mas também na ausência de uma leitura integradora que organize o conhecimento já produzido, evidencie convergências e divergências, e identifique, de forma estruturada, os fatores que condicionam a atuação das mulheres empreendedoras nesse campo. É nesse ponto que a presente pesquisa se insere.

Diante desse panorama, esta pesquisa parte do seguinte problema: quais são as principais contribuições, desafios e estratégias associadas ao empreendedorismo feminino no setor vitivinícola, segundo o campo teórico e empírico da área? O objetivo foi mapear o conhecimento acerca da evolução conceitual-teórica do empreendedorismo feminino no setor vitivinícola por meio de uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL). De maneira específica, buscou-se: (i) analisar os fatores que atuam como facilitadores ou obstáculos ao desenvolvimento de empreendimentos liderados por mulheres no setor vitivinícola; (ii) identificar e discutir as estratégias utilizadas por mulheres empreendedoras para superar barreiras estruturais, socioculturais e organizacionais no mercado de atuação; (iii) sistematizar boas práticas e recomendações apresentadas pela literatura, visando subsidiar políticas públicas, programas de fomento e futuras pesquisas sobre gênero e vitivinicultura; e (iv) destacar agendas e *insights* para pesquisas futuras sobre o tema.

Assim, além de mapear a evolução conceitual-teórica do empreendedorismo feminino no setor vitivinícola, o estudo busca organizar criticamente as contribuições já produzidas pela literatura, identificar lacunas persistentes e oferecer subsídios teóricos e práticos para o avanço das pesquisas e das ações institucionais no campo, em consonância com recomendações recentes para estudos de revisão e síntese do conhecimento (Mukherjee, Lim, Kumar & Donthu, 2022).

A estrutura do artigo está organizada da seguinte forma: após esta introdução, apresenta-se a revisão da literatura, que aprofunda os conceitos centrais; em seguida, a seção metodológica descreve o processo de condução da Revisão Sistemática da Literatura; posteriormente, a análise e discussão dos resultados reúne os principais achados da literatura; e, por fim, as considerações finais sintetizam as conclusões, limitações e recomendações para futuras pesquisas.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Empreendedorismo feminino: dimensões e desafios

O empreendedorismo feminino consolidou-se nas últimas décadas como um campo de investigação interdisciplinar, que articula dimensões econômicas, sociológicas e culturais. Pesquisas recentes evidenciam que as motivações das mulheres para empreender diferem substancialmente daquelas observadas entre homens, associando-se mais à busca por autonomia, autorrealização e conciliação entre vida profissional e familiar (Goncalves, Haidar & Celik, 2024). Contudo, essas motivações coexistem com barreiras estruturais que limitam o potencial de crescimento dos empreendimentos liderados por mulheres, incluindo o acesso desigual a crédito, redes de negócios e oportunidades de capacitação (Ahmed, Ahmed, Hoque, Majid, & Chhikara, 2019; Pospisil & Zavodna, 2022).

Do ponto de vista teórico, o empreendedorismo feminino é frequentemente definido como o processo de criação e gestão de negócios conduzidos por mulheres. Entretanto, essa definição econômica é insuficiente para capturar sua complexidade, pois o fenômeno envolve também dimensões simbólicas, identitárias e relacionais (Santos, Marques & Ratten, 2019). Para Cesaro, Finotto e Mauracher (2020), o empreendedorismo feminino deve ser entendido como um fenômeno relacional, em que laços sociais, redes de apoio e interações comunitárias desempenham papel central no sucesso e na sustentabilidade das iniciativas. Assim, empreender é, para muitas mulheres, uma forma de pertencimento, reconhecimento e transformação social, e não apenas de inserção econômica.

Apesar do aumento expressivo da participação feminina em atividades empreendedoras, persistem barreiras culturais e institucionais que restringem seu avanço. O preconceito de gênero, a falta de credibilidade em setores masculinizados e a dupla jornada, que combina responsabilidades profissionais e domésticas, continuam a limitar a ascensão das mulheres (Huamán *et al.*, 2022; Casprini, Pucci & Zanni, 2023). Em muitos contextos, as normas sociais confinam as mulheres a papéis secundários nas empresas familiares, dificultando seu acesso a cargos estratégicos e de liderança (Goncalves, Haidar & Celik, 2024). Essa desigualdade é reforçada por um legado histórico que invisibilizou a contribuição feminina para o desenvolvimento econômico e empresarial (Muñoz & Pérez, 2007).

Nos últimos anos, a literatura tem incorporado abordagens críticas e interseccionais, reconhecendo que as experiências empreendedoras femininas são moldadas pela interação entre gênero, classe, cultura e território (Damoah, 2023). Entre os referenciais que sustentam essa perspectiva, destaca-se a Teoria das Redes Sociais (Granovetter, 1985; Santos, Marques & Ratten, 2019), que permite compreender como o capital social e o conhecimento construído pela experiência convertem-se em vantagens competitivas. Essa abordagem é particularmente útil em setores de forte identidade territorial, como a vitivinicultura, em que as redes e o enraizamento local constituem elementos decisivos para a inovação, a visibilidade e a consolidação das empreendedoras (Santos, Marques & Ratten, 2019; Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020).

2.2 O setor vitivinícola e os aspectos da gestão feminina

O setor vitivinícola apresenta singularidades que o tornam um terreno fértil para o estudo do empreendedorismo feminino. Trata-se de uma atividade econômica marcada pela tradição familiar, pela identidade territorial e pela valorização de práticas culturais transmitidas entre gerações (Casprini, Pucci & Zanni, 2023). Esse caráter simbólico e multigeracional oferece oportunidades específicas para a inserção das mulheres, muitas vezes por meio da sucessão familiar, mas também impõe limites estruturais, derivados de uma cultura organizacional ainda patriarcal e de modelos de liderança historicamente associados ao masculino (Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020).

Nessa dinâmica, estudos recentes indicam que as mulheres têm introduzido novas formas de gestão, baseadas em cooperação, horizontalidade e sustentabilidade. Pospisil e Zavodna (2022) observaram que vinícolas lideradas por mulheres tendem a adotar práticas de gestão participativas, priorizando o bem-estar da equipe, a qualidade do produto e o equilíbrio entre vida profissional e pessoal. Esses atributos se refletem em estilos de liderança mais inclusivos e colaborativos, que contrastam com as estruturas hierárquicas tradicionais ainda predominantes em muitas organizações do setor (Huamán *et al.*, 2022). Cesaro, Finotto e Mauracher (2020) identificam, nesse contexto, três perfis de empreendedoras do vinho: as herdeiras transformadoras, que modernizam o legado familiar; as novas entrantes, que criam negócios próprios fora do ciclo sucessório; e as gestoras coletivas, que se organizam em redes e associações femininas.

Nos contextos europeus, como Itália, Espanha e Portugal, as vinícolas femininas têm se destacado pela capacidade de inovação e pela integração entre produção, turismo enogastronômico e gestão sustentável (Santos, Marques & Ratten, 2019; Casprini, Pucci & Zanni, 2023). Já em países da América Latina e do Oriente Médio, as empreendedoras enfrentam condições mais desafiadoras, com restrições ao crédito e à infraestrutura produtiva (Huamán *et al.*, 2022; Goncalves, Haidar & Celik, 2024). Nessas realidades, as mulheres têm desenvolvido estratégias criativas de resiliência, baseadas na formação de cooperativas, parcerias comunitárias e redes locais de apoio, capazes de compensar a ausência de políticas públicas estruturadas (Filimonau, Matyakubov, Matniyozov, Shaken & Mika, 2024).

O significado simbólico do vinho, associado à tradição, ao prestígio e à herança cultural, também influencia as dinâmicas de gênero na vitivinicultura. Historicamente, a figura masculina foi associada ao domínio técnico e à autoridade sobre o produto, enquanto as mulheres eram relegadas a funções de bastidores, relacionadas ao cuidado e à hospitalidade (Dal Vecchio & Arzu, 2018). No entanto, o reconhecimento crescente das mulheres como produtoras e gestoras de vinícolas vem rompendo esses estereótipos, impulsionado pela emergência de redes de empreendedoras do vinho que compartilham valores de qualidade, sustentabilidade e empoderamento (Santos, Marques & Ratten, 2019; Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020). Essas redes desempenham papel central tanto na construção da identidade coletiva feminina quanto na visibilidade social e mercadológica das vinícolas lideradas por mulheres.

Apesar desse avanço, a presença feminina em posições de comando ainda é minoritária, especialmente em grandes empresas (Casprini, Pucci & Zanni, 2023). A predominância masculina nos espaços decisórios reforça a necessidade de políticas institucionais e mecanismos de governança voltados à promoção da equidade e ao reconhecimento da liderança feminina. Pospisil e Zavodna (2022) observam que o sucesso das empreendedoras está diretamente relacionado à sua capacidade de articular metas pessoais de crescimento com objetivos organizacionais sustentáveis, evidenciando que a resiliência, a visão de longo prazo e o compromisso ético são traços distintivos das gestoras femininas do setor.

Desse modo, a literatura sobre gestão feminina na vitivinicultura revela uma transição em curso: das estruturas tradicionais e hierárquicas para modelos de governança mais colaborativos, inovadores e sensíveis às questões socioambientais. Essa transformação não apenas redefine o papel das mulheres no setor, mas também amplia a compreensão do vinho como produto cultural e social, no qual o empreendedorismo feminino se consolida como instrumento de desenvolvimento sustentável e valorização territorial.

2.3 Estratégias, redes de apoio e boas práticas na vitivinicultura feminina

As estratégias adotadas por mulheres empreendedoras no setor vitivinícola revelam um padrão consistente de colaboração, inovação e resiliência frente a contextos desafiadores. A literatura demonstra que o desenvolvimento de redes de apoio, tanto formais quanto informais, constitui um dos principais fatores de sucesso dessas empreendedoras (Santos, Marques & Ratten, 2019; Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020). Tais redes femininas horizontais favorecem a troca de experiências, o compartilhamento de recursos e o fortalecimento da visibilidade das mulheres em um ambiente competitivo e ainda marcado por desigualdades estruturais (Pospisil & Zavodna, 2022).

Nesse contexto, destaca-se o conceito de coopetição, combinação entre cooperação e competição (Chiambaretto, Fernandez & Le Roy, 2025), como estratégia recorrente nas dinâmicas empreendedoras do vinho (Santos, Marques & Ratten, 2019). Essa prática possibilita que diferentes produtoras compartilhem infraestrutura, conhecimento técnico e canais de distribuição, mantendo simultaneamente sua autonomia e identidade empresarial (Filimonau *et al.*, 2024). Para Cesaro, Finotto & Mauracher (2020), essa lógica colaborativa rompe com o modelo tradicional de gestão hierárquica verticalizada, dando lugar a redes de governança horizontal que fomentam a inovação, a inclusão e a sustentabilidade no ecossistema vitivinícola.

Além das redes de cooperação, as empreendedoras têm investido em estratégias de inovação, comunicação digital e reposicionamento de marca (Kraus, Palmer, Kailer, Kallinger, & Spitzer, 2019). O uso de tecnologias digitais e de mídias sociais tem permitido ampliar o alcance de seus produtos, dialogar diretamente com consumidores e reforçar a identidade territorial das vinícolas femininas (Huamán *et al.*, 2022; Filimonau *et al.*, 2024). A integração entre turismo enogastronômico, marketing sensorial e sustentabilidade também se apresenta como uma tendência emergente, por aproximar as empreendedoras de novas formas de consumo e de narrativas de autenticidade (Santos, Marques & Ratten, 2019). Essas práticas refletem uma liderança sensível às questões ambientais, culturais e sociais, que associa a competitividade empresarial ao compromisso ético e comunitário (Filimonau *et al.*, 2024).

Outro eixo estratégico identificado na literatura refere-se à formação educacional e ao aprendizado contínuo como instrumentos de empoderamento e diferenciação competitiva (Pospisil & Zavodna, 2022; Goncalves, Haidar & Celik, 2024). Programas de capacitação voltados especificamente a mulheres empreendedoras têm contribuído para o desenvolvimento de competências gerenciais, a inovação em produtos e processos e a criação de novas oportunidades de negócios (Aliyu, Tunku Ahmad

& Nordin, 2019). Entretanto, diversos estudos alertam para a necessidade de políticas públicas mais consistentes, capazes de reduzir barreiras estruturais e promover acesso equitativo a crédito e financiamento (Huamán *et al.*, 2022). Sem esses instrumentos institucionais, as ações individuais e coletivas das empreendedoras permanecem limitadas por restrições históricas de gênero e território.

Entre as boas práticas identificadas, destacam-se: (i) o fortalecimento de redes locais e internacionais de apoio feminino; (ii) a realização de eventos e feiras voltados à visibilidade das empreendedoras; (iii) a criação de associações setoriais dedicadas à igualdade de gestão e governança participativa, e; (iv) o estímulo à sustentabilidade ambiental e cultural das vinícolas (Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020; Casprini, Pucci & Zanni, 2023).

Em síntese, as evidências apontam que o empreendedorismo feminino na vitivinicultura é sustentado por quatro dimensões interdependentes: (i) a dimensão *estrutural*, associada às condições institucionais, políticas públicas e acesso a recursos (Huamán *et al.*, 2022; Pospisil & Zavodna, 2022); (ii) a dimensão *sociocultural*, relacionada aos valores, identidades e papéis de gênero (Muñoz & Pérez, 2007; Damoah, 2023; Santos, Marques & Ratten, 2019); (iii) a dimensão *organizacional*, que abrange estilos de liderança, redes e modelos de governança (Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020; Casprini, Pucci & Zanni, 2023; Filimonau *et al.*, 2024); e (iv) a dimensão *individual*, vinculada às competências, motivações e estratégias pessoais de superação (Goncalves, Haidar & Celik, 2024; Colapinto, Finotto & Mauracher, 2021).

Essas dimensões serão aprofundadas na seção de análise de dados e discussões de resultados deste estudo, a fim de identificar como elas se articulam na consolidação de trajetórias femininas no setor. Na sequência, são detalhados os procedimentos metodológicos que sustentam esta pesquisa.

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se como uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL), voltada a identificar, analisar e sintetizar o conhecimento científico sobre o empreendedorismo feminino na vitivinicultura. O método foi escolhido por possibilitar uma síntese rigorosa, transparente e replicável da produção acadêmica, permitindo identificar lacunas, tendências e oportunidades de pesquisa (Tranfield, Denyer & Smart, 2003; Snyder, 2019; Sauer & Seuring, 2023; Rubim de Castro Souza & Drebes Pedron, 2025). Assim, o presente trabalho mapeia o estado da arte sobre o tema, consolidando evidências sobre barreiras, estratégias e boas práticas do empreendedorismo feminino no setor.

3.1 Procedimentos e protocolo de pesquisa

O processo de revisão seguiu as diretrizes propostas por Tranfield, Denyer e Smart (2003) para RSL nas ciências sociais aplicadas, complementadas por recomendações mais recentes para revisões sistemáticas em pesquisa em gestão, com ênfase na explicitação das etapas, decisões metodológicas e critérios de transparência e replicabilidade (Sauer & Seuring, 2023), organizando-se em três etapas

principais: Etapa 1 – Planejamento: Definiu-se a questão norteadora da pesquisa, que orientou todas as decisões metodológicas: *Quais são as principais contribuições, desafios e estratégias associadas ao empreendedorismo feminino no setor vitivinícola, segundo o campo teórico e empírico da área?* A questão foi estruturada de modo a abranger tanto os aspectos teóricos quanto os empíricos, permitindo mapear os avanços e lacunas do campo de estudo; Etapa 2 – Condução: Consistiu na busca sistematizada de artigos científicos em bases de dados internacionais amplamente reconhecidas na academia, selecionadas por sua cobertura, relevância e rigor de indexação. A escolha da *Scopus* e da *Web of Science* justificou-se por se tratarem de bases com critérios estruturados de curadoria editorial e seleção de periódicos, o que contribui para a confiabilidade, a rastreabilidade e a qualidade do corpus analisado. No caso da *Web of Science*, a seleção dos periódicos indexados observa critérios de qualidade editorial e impacto, enquanto a *Scopus* adota avaliação realizada por comitê científico internacional, reforçando a consistência das fontes utilizadas na revisão (Loureiro, Romero & Bilro, 2020; Maior, Oliveira Jr., Ribeiro & Fernandes, 2022); e, Etapa 3 – Análise e síntese: Os estudos incluídos foram organizados em uma planilha de extração de dados, que registrou informações sobre: autores, ano de publicação, país, objetivos, método, principais resultados, contribuições teóricas e limitações, além das sugestões de estudos futuros. Essa sistematização possibilitou a codificação temática e a identificação de padrões recorrentes, permitindo sintetizar os principais achados da literatura de forma estruturada.

3.2 Estratégia de busca e seleção dos estudos

A estratégia de busca foi delineada para capturar o maior número possível de estudos relevantes ao tema. A coleta foi realizada entre março e abril de 2025, utilizando descritores em inglês, a fim de contemplar diferentes contextos geográficos e aumentar a abrangência internacional.

As palavras-chave e combinações booleanas empregadas foram: “*entrepreneurship*” OR “*female entrepreneurship*” AND “*new business*” AND/OR “*business model*” AND “*wine industry*” (em português: “*empreendedorismo*” OU “*empreendedorismo feminino*” E “*novos negócios*” E/OU “*modelo de negócios*” E “*indústria do vinho*”). As palavras-chave foram aplicadas ao título, resumo e corpo dos documentos, de forma combinada no dia 22 de março de 2025, nas bases de dados selecionadas - *Scopus* e *Web of Science* (WoS). As mesmas foram selecionadas por serem amplamente reconhecidas em estudos de gestão, empreendedorismo e agronegócios (Loureiro, Romero & Bilro, 2020; Maior *et al.*, 2022).

A busca inicial nas plataformas, realizada em 22 de março de 2025, apresentou um total de 621 registros (sendo 342 na *Web of Science* e 289 na *Scopus*). O processo de revisão dos artigos não se baseou na seleção apenas em *rankings* de periódicos já estabelecidos; ao contrário disso, buscou-se a não exclusão de estudos novos e relevantes publicados em periódicos menos estabelecidos (Loureiro, Romero & Bilro, 2020). O Quadro 1 apresenta o protocolo utilizado nesta busca inicial e os critérios de inclusão e exclusão aplicados.

Os resultados obtidos nas bases *Scopus* e *Web of Science* foram consolidados e tratados no *software RStudio*, a fim de identificar e eliminar duplicidades. Foram excluídos 64 artigos duplicados,

resultando em 557 registros únicos. Em seguida, os dados foram exportados para uma planilha em Microsoft Excel, posteriormente analisada no *software Bibliometrix*, que auxiliou na gestão e filtragem dos estudos.

Quadro 1: Critérios iniciais de inclusão e exclusão

Critérios	Web of Science/ Scopus	
	Inclusão	Exclusão
Anos de publicação (<i>date</i>)	2005-2025	Antes de 2005
Tipo de fonte (<i>source type</i>)	Somente artigos de acesso aberto (<i>All Open Access</i>)	Livros e capítulos de livros
Tipos de documentos (<i>study type</i>)	Estudos empírico e teóricos/conceituais (finais e em revisão)	Relatórios
Campo de pesquisa – (<i>research field</i>)	Gestão, Negócios, Empreendedorismo e Agronegócios	Todos outros assuntos que excedem o tema da pesquisa
Idioma (<i>language</i>)	Inglês, espanhol e português	Outros idiomas

Fonte: Elaborado pelas autoras (2025).

A primeira triagem, baseada na leitura dos títulos, levou à exclusão de 396 artigos por não apresentarem aderência ao escopo temático da pesquisa. Considerou-se como “falta de aderência ao escopo temático” a presença de estudos que, embora mencionassem empreendedorismo, negócios, inovação ou gênero, não tratavam efetivamente do empreendedorismo feminino no setor vitivinícola, nem abordavam contextos empíricos ou teóricos relacionados à produção de vinho, vinícolas, turismo do vinho ou dinâmicas organizacionais vinculadas a esse ecossistema. Também foram excluídos, nessa etapa, estudos centrados em outros setores econômicos, em empreendedorismo de forma ampla sem recorte de gênero, ou em discussões de gênero dissociadas do campo do empreendedorismo e da vitivinicultura.

Na segunda etapa, procedeu-se à leitura das palavras-chave dos 161 registros remanescentes, sendo excluídos 89 documentos adicionais. Nessa fase, foram eliminados estudos cujos descritores evidenciavam desalinhamento com o foco da revisão, especialmente quando as palavras-chave indicavam concentração em temas como inovação genérica, modelos de negócio, sustentabilidade, agricultura ou turismo sem associação substantiva com empreendedorismo feminino e setor vitivinícola. Essa etapa permitiu refinar a amostra inicial e reduzir a permanência de estudos recuperados pela amplitude dos operadores booleanos, mas que não apresentavam centralidade temática compatível com os objetivos da pesquisa.

Restaram, assim, 72 artigos para análise de elegibilidade por meio da leitura dos resumos. Nessa etapa, foram selecionados 25 estudos para análise detalhada, por apresentarem aderência elevada ao problema de pesquisa e aos objetivos do estudo. Foram considerados elegíveis os artigos que abordavam, de forma central, ao menos um dos seguintes aspectos: (i) barreiras, condicionantes ou fatores de contexto relacionados ao empreendedorismo feminino; (ii) estratégias de atuação, superação, gestão ou consolidação de negócios liderados por mulheres; (iii) dinâmicas organizacionais, redes, liderança,

sucesso, inovação ou sustentabilidade em vinícolas ou contextos vitivinícolas; e/ou (iv) recomendações, implicações ou agendas futuras diretamente associadas à participação das mulheres no setor do vinho.

Assim, a seleção final privilegiou estudos com contribuição efetiva para responder ao problema de pesquisa, assegurando maior coerência analítica entre corpus, objetivos e resultados. Concluída essa etapa, procedeu-se à extração e análise dos dados, de modo a garantir consistência, transparência e potencial de replicabilidade ao percurso metodológico adotado.

O processo de triagem e elegibilidade dos estudos foi conduzido entre março e junho de 2025. Após a busca inicial realizada em 22 de março de 2025, os registros foram avaliados sucessivamente por título, palavras-chave e resumo. A triagem inicial foi conduzida por uma das pesquisadoras autoras, com posterior revisão dos casos limítrofes e das decisões de inclusão/exclusão pela coautora. Ambas possuem experiência em pesquisa científica, revisão de literatura e estudos relacionados a gênero, empreendedorismo e desenvolvimento rural. Esse procedimento buscou ampliar a consistência da seleção e reduzir vieses interpretativos.

3.3 Extração e Análise dos Dados

Os 25 artigos selecionados foram sistematizados em uma planilha analítica, contendo as variáveis: autores, ano de publicação, objetivos, metodologia, principais resultados, contribuições teóricas/gerenciais/sociais/ambientais e sugestões de estudos futuros. Essa estrutura permitiu organizar as evidências em duas frentes analíticas complementares.

A primeira consistiu em uma análise bibliométrica descritiva, operacionalizada com apoio dos softwares *RStudio* e *Bibliometrix*, com a finalidade de caracterizar o perfil da produção científica selecionada, sua evolução temporal, os autores, fontes, países, redes de colaboração e principais ocorrências temáticas. Essa etapa teve função de síntese descritiva do campo, contribuindo para mapear a estrutura e a dinâmica da literatura analisada.

A segunda frente correspondeu à análise qualitativa de conteúdo, conforme o método proposto por Bardin (2011), adotando abordagem temática para identificar padrões, convergências, divergências, lacunas e implicações extraídas dos estudos. Em consonância com a etapa de análise e síntese proposta por Tranfield, Denyer e Smart (2003), a combinação entre caracterização bibliométrica e interpretação temática permitiu não apenas descrever a configuração da literatura, mas também aprofundar a compreensão das contribuições, barreiras, estratégias e recomendações presentes no corpus final da revisão.

Em linha com recomendações recentes para estudos de revisão com apoio bibliométrico, a etapa analítica buscou descrever o campo e, também, organizar suas contribuições, explicitar lacunas e produzir implicações relevantes para o avanço teórico e prático da área (Mukherjee *et al.*, 2022).

A partir desse processo emergiram quatro categorias interpretativas, diretamente relacionadas aos objetivos da pesquisa: 1. Fatores facilitadores e barreiras - elementos institucionais, socioculturais e

econômicos que influenciam o desenvolvimento de negócios liderados por mulheres; 2. Desafios enfrentados na vitivinicultura - obstáculos estruturais e simbólicos em diferentes contextos territoriais; 3. Estratégias de superação e consolidação - práticas gerenciais, redes de apoio e inovação adotadas pelas empreendedoras; 4. Boas práticas e recomendações - diretrizes extraídas das experiências relacionadas, aplicáveis a políticas públicas e programas de fomento.

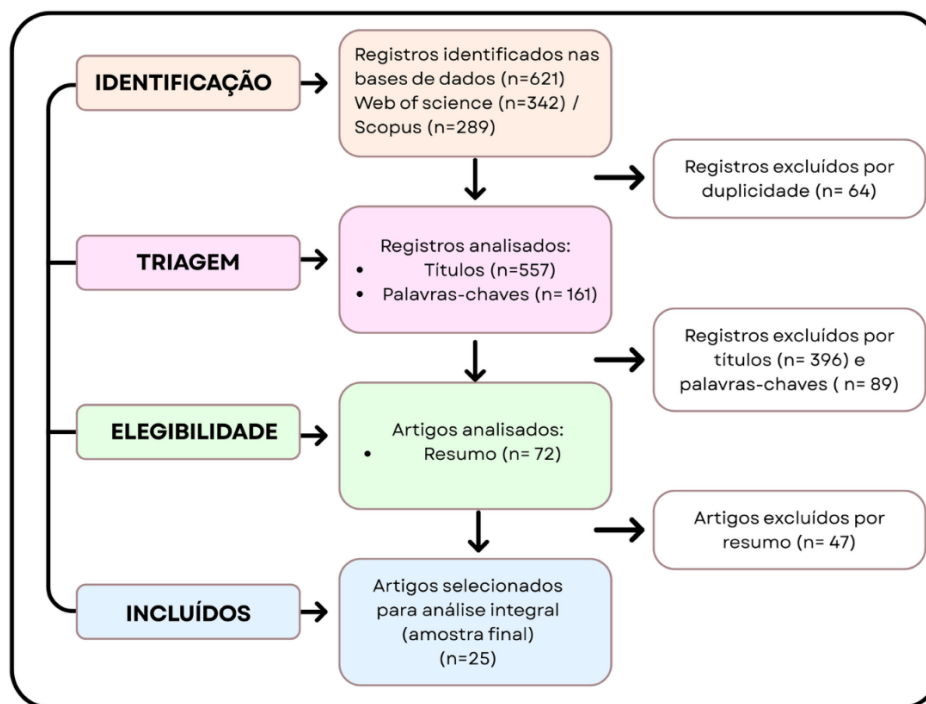
3.4 Critérios de validade e confiabilidade e limitações da pesquisa

A validade e a confiabilidade desta RSL foram asseguradas por meio de transparência metodológica, documentação sistemática das etapas de busca, triagem e análise e explicitação dos critérios de inclusão e exclusão, em consonância com recomendações clássicas e recentes para revisões sistemáticas em gestão (Tranfield, Denyer & Smart, 2003; Sauer & Seuring, 2023). O processo de busca, triagem e análise foi registrado em planilhas, descrevendo os critérios de inclusão e exclusão de cada artigo e explicitando, de forma mais detalhada, os motivos de exclusão por título, palavras-chave e resumo, conforme apresentado no Quadro 1 e na descrição do fluxo metodológico. Além do registro dos critérios de inclusão e exclusão, o manuscrito passou a detalhar o período de revisão, os responsáveis pela avaliação dos artigos e o procedimento adotado para reduzir vieses de seleção, reforçando o potencial de consistência interna e replicabilidade do estudo.

A utilização de duas bases de dados complementares (*Scopus* e *Web of Science*) e a diversidade de contextos geográficos e teóricos contribuíram para ampliar a representatividade da amostra e reduzir vieses de seleção. Além disso, o uso do *software Bibliometrix* garantiu rastreabilidade e consistência nos resultados.

A qualidade dos estudos incluídos foi avaliada com base em critérios objetivos: (i) clareza dos objetivos, (ii) adequação metodológica, (iii) coerência entre resultados e conclusões, (iv) contribuição teórica e prática, social e ambiental para o campo e (v) sugestões para estudos futuros. Essa avaliação permitiu identificar tanto as tendências consolidadas quanto as lacunas teóricas e metodológicas ainda pouco exploradas. A Figura 1 apresenta a sequência descrita anteriormente.

Figura 1: Fluxograma de seleção dos artigos



Fonte: Elaborado pelas autoras (2025).

O percurso metodológico de seleção dos artigos, detalhado na Figura 1, seguiu o protocolo PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses*), que recomenda o uso de um fluxograma de fases de seleção de estudos para garantir transparência e rastreabilidade das etapas de identificação, triagem, elegibilidade e inclusão de artigos incluídos na revisão (Page *et al.*, 2021). A partir de uma busca inicial que resultou em 621 registros, foram aplicadas etapas sucessivas de filtragem por duplicidade, título e palavras-chave. Após a análise de elegibilidade de 72 resumos, consolidou-se uma amostra final de 25 artigos/documentos, os quais fundamentaram a síntese qualitativa e a discussão dos resultados apresentados a seguir.

4. ANÁLISE DE DADOS E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Os resultados da revisão foram organizados em dois níveis complementares de análise. O primeiro corresponde à caracterização bibliométrica dos estudos selecionados, com foco no perfil, evolução e estrutura relacional da produção científica sobre o tema. O segundo compreende a análise descritiva e temática do conteúdo dos artigos, orientada à identificação de fatores, estratégias, boas práticas e lacunas de pesquisa. Essa organização busca dar concretude à etapa de análise e síntese da RSL, conforme proposto por Tranfield, Denyer e Smart (2003), articulando descrição estrutural do campo e interpretação qualitativa das evidências.

4.1 Análise Bibliométrica

A análise bibliométrica foi conduzida a partir da seleção de 25 artigos científicos selecionados, utilizando os softwares *RStudio* e *Bibliometrix*, com o objetivo de caracterizar o perfil e a evolução da produção acadêmica sobre empreendedorismo feminino na vitivinicultura.

Foram considerados indicadores de desempenho e impacto científico, como: produção anual de publicações e média de citações por ano; fontes e autores mais relevantes; índice H local e documentos mais citados globalmente; países e autores com maior contribuição científica; análise de Keywords Plus⁴, contemplando nuvem de palavras, mapas de coocorrência e colaboração e tópicos em tendência temporal.

Para facilitar a interpretação dos dados estatísticos da análise bibliométrica, a Tabela 1 apresenta uma síntese dos principais indicadores do corpus do estudo.

Tabela 1: Síntese dos indicadores bibliométricos do corpus do estudo

Indicador	Resultado	Interpretação
Total de artigos analisados	25	Corpus final da Revisão Sistemática da Literatura
Período das publicações	2005–2025	Campo recente, com expansão progressiva ao longo do tempo
Crescimento da produção científica	Intensificação após 2018	Indica consolidação recente do tema na literatura
Ano de maior produção	2018 e 2021	Pico de interesse acadêmico no período analisado
Países com maior produção científica	Estados Unidos, Reino Unido, Canadá e França	Predominância de países do Hemisfério Norte na influência científica
Fontes com maiores publicações	<i>Emerald Emerging Markets Case Studies</i> , <i>International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research</i> , <i>International Entrepreneurship and Management Journal</i> , <i>International Journal of Entrepreneurship and Small Business</i> e <i>Journal of Business Research</i>	Existência de núcleos de pesquisa mais consolidados
Principais temas	Empreendedorismo, inovação, desempenho, desafios, gênero, comportamento, experiência, barreiras, sustentabilidade, modelo de negócios	Campo interdisciplinar em consolidação

Fonte: Elaborado pelas autoras (2026).

⁴ As Keywords Plus, extraídas das referências citadas, ampliam a compreensão das conexões conceituais entre os estudos, permitindo identificar núcleos temáticos e a evolução do campo mesmo quando os termos não aparecem nos títulos ou palavras-chave originais.

A partir da síntese apresentada na Tabela 1, observa-se que a produção científica sobre empreendedorismo feminino na vitivinicultura configura-se como um campo recente, porém em processo de consolidação. O crescimento mais expressivo das publicações a partir de 2018, aliado aos picos identificados em 2018 e 2021, indica o aumento do interesse acadêmico pelo tema, especialmente no contexto de debates contemporâneos sobre gênero, inovação e sustentabilidade. Nota-se ainda a predominância de países do Hemisfério Norte na produção científica, evidenciando uma concentração geográfica do conhecimento, embora com potencial de expansão para contextos emergentes. As fontes de publicação demonstram a inserção do tema em periódicos consolidados na área de empreendedorismo e gestão, reforçando sua relevância científica. Por fim, a diversidade de temas identificados confirma o caráter interdisciplinar do campo, articulando dimensões econômicas, sociais e organizacionais, o que demonstra tanto sua complexidade quanto as oportunidades para o avanço de pesquisas futuras.

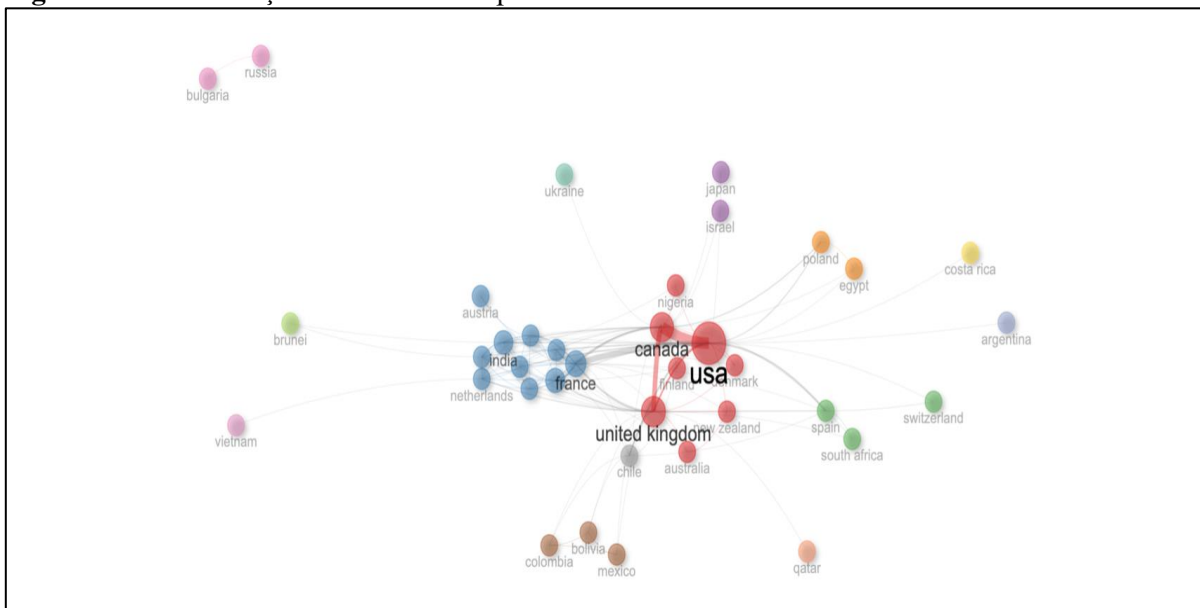
Os resultados revelam um crescimento expressivo da produção científica nos últimos 20 anos. Em 2005, foram identificadas cerca de cinco publicações, enquanto em 2025 o número alcança aproximadamente 25 estudos, representando um aumento de 500%. Esse avanço evidencia o amadurecimento do campo e o interesse crescente da comunidade científica em compreender as especificidades do empreendedorismo feminino, especialmente em setores tradicionalmente masculinos, como o vitivinícola.

A análise realizada no *Bibliometrix* confirma essa tendência, destacando a diversificação temática e o fortalecimento das redes internacionais de pesquisa. As Figuras a seguir ilustram a dinâmica da produção científica, os principais eixos de investigação e os vínculos colaborativos entre autores e países, oferecendo um panorama consolidado da literatura contemporânea.

A rede de coocorrência de palavras-chave (Figura 2) revela os temas estruturantes do campo. Termos como *entrepreneurship*, *innovation*, *performance* e *challenges* ocupam posições centrais, indicando o predomínio de abordagens voltadas à inovação e ao desempenho organizacional. O *cluster* formado por *gender*, *behavior*, *experience* e *barriers* destaca o foco em desigualdades, desafios culturais e barreiras institucionais que influenciam o empreendedorismo feminino. Já a presença de *sustainability* e *business models* sugere uma ampliação do debate para perspectivas de empreendedorismo social e sustentável, reforçando o papel das mulheres como agentes de transformação e inovação em contextos econômicos e territoriais diversos.

Em síntese, a produção científica evolui de uma visão restrita às questões de gênero para uma abordagem mais integrada, que reconhece as mulheres como protagonistas de processos de inovação, sustentabilidade e mudança organizacional na vitivinicultura global.

Figura 3 – Colaboração de redes entre países



Fonte: Elaboração das autoras, com base no *Bibliometrix* (2025).

Também foi elaborado o gráfico *Most Relevant Sources*, que evidencia a concentração das publicações sobre empreendedorismo feminino na vitivinicultura em periódicos especializados em empreendedorismo, comportamento empreendedor e mercados emergentes. Destacam-se, nesse contexto, o *Emerald Emerging Markets Case Studies*, o *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, o *International Entrepreneurship and Management Journal*, o *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* e o *Journal of Business Research* como as fontes com maior número de artigos publicados.

Essa concentração demonstra que o tema se insere em um campo mais amplo de estudos em empreendedorismo e inovação, com ênfase em contextos emergentes e análises empíricas. A predominância de periódicos que privilegiam estudos de caso e abordagens exploratórias sugere que a literatura busca compreender experiências específicas e práticas de gestão em vez de propor modelos teóricos consolidados.

Observa-se, ainda, a ausência de periódicos especializados em gênero ou agronegócio, o que reforça o caráter emergente e interdisciplinar desse nicho de pesquisa. Essa lacuna representa uma oportunidade de avanço teórico, especialmente para integrar as perspectivas de gênero, sustentabilidade e desenvolvimento territorial à discussão sobre o empreendedorismo feminino em setores agroindustriais.

Sintetizando, as análises bibliométricas demonstram um crescimento das publicações a partir de 2018, evidenciando o avanço das discussões sobre gênero, inovação e sustentabilidade aplicadas ao empreendedorismo. Observa-se uma distribuição geográfica diversificada, com destaque para pesquisas realizadas na Europa e América Latina (notadamente Itália, Espanha, Portugal, Chile e Brasil), o que reforça o caráter global da temática e suas especificidades culturais e institucionais. Ainda assim, evidencia-se uma

baixa incidência de termos diretamente associados à vitivinicultura e ao agronegócio, indicando que o recorte setorial permanece pouco explorado.

Do ponto de vista metodológico, prevalecem abordagens qualitativas, especialmente estudos de caso e entrevistas, refletindo o interesse em compreender experiências empreendedoras mediadas por fatores sociais, culturais e territoriais. Também se identifica o crescimento de revisões teóricas e estudos interdisciplinares, incorporando temas como sucessão familiar, sustentabilidade, inovação e redes sociais.

De modo geral, os resultados revelam que o campo do empreendedorismo feminino está em processo de consolidação, marcado por expansão recente, mas ainda concentrado em determinados autores e regiões. Com base nesses achados, a próxima subseção aprofunda a análise por meio da avaliação do conteúdo dos estudos selecionados, destacando tendências, contribuições e lacunas da literatura.

4.2 Análise Descritiva

A análise descritiva dos 25 artigos selecionados evidencia padrões teóricos e metodológicos que consolidam o campo. No Apêndice encontram-se os estudos analisados. A literatura destaca, de forma recorrente, o papel das redes sociais, da colaboração e da identidade territorial como elementos centrais para o êxito das empreendedoras no setor vitivinícola (Santos, Marques & Ratten, 2019; Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020). Esses fatores aparecem associados ao fortalecimento de capital social, legitimação no mercado e construção de reputação, especialmente em contextos baseados em tradição e vínculos comunitários.

No que se refere ao amparo teórico dos estudos selecionados, observou-se que o campo ainda apresenta baixa densidade de explicitação conceitual no âmbito das teorias organizacionais. Embora alguns trabalhos dialoguem com categorias como capital social, legitimidade, redes, identidade empreendedora, resiliência e governança, são poucos os estudos que mobilizam de forma sistemática teorias organizacionais consolidadas das Ciências Sociais Aplicadas. Entre os referenciais mais visíveis, destaca-se a Teoria das Redes Sociais, especialmente por sua utilidade para compreender *embeddedness*, capital social, vínculos comunitários e processos de legitimação no empreendedorismo feminino vitivinícola (Granovetter, 1985; Santos, Marques & Ratten, 2019).

Em contrapartida, referenciais como a Visão Baseada em Recursos (RBV), as Capacidades Dinâmicas e a *Service-Dominant Logic* (SDL) não apareceram de maneira recorrente ou estruturante no *corpus* analisado, o que sugere uma lacuna relevante na consolidação teórica do campo. Essa constatação indica que a literatura ainda avança mais pela descrição de experiências, barreiras e estratégias do que pela articulação sistemática entre evidências empíricas e modelos teóricos organizacionais mais robustos. Assim, além das lacunas empíricas já identificadas, a revisão também revela uma lacuna teórica importante: a necessidade de ampliar o diálogo entre estudos sobre empreendedorismo feminino na vitivinicultura e teorias organizacionais capazes de aprofundar a compreensão de desempenho, inovação, capacidade adaptativa, criação de valor e diferenciação competitiva.

Outro aspecto recorrente é a relevância da família, tanto como fonte de apoio instrumental e emocional quanto como vetor de continuidade geracional, sucessão e manutenção de vínculos com o território (Casprini, Pucci & Zanni, 2023). Além disso, observa-se uma tendência comparativa entre contextos regionais. Em países desenvolvidos, as mulheres apresentam maior presença em posições estratégicas e de liderança, enquanto em contextos emergentes persistem barreiras estruturais - como acesso limitado a crédito, tecnologia e redes formais - que influenciam o ritmo e o alcance dos negócios (Huamán *et al.*, 2022; Goncalves, Haidar & Celik, 2024). Essas diferenças reforçam a necessidade de políticas e programas adaptados às realidades socioculturais e institucionais de cada território.

A partir dessa caracterização geral, a subseção seguinte aprofunda a análise dos principais fatores que influenciam o empreendedorismo feminino, identificando as variáveis mais recorrentes e suas inter-relações nas trajetórias das empreendedoras vitivinicultoras.

4.2.1 Fatores que influenciam o Empreendedorismo Feminino

Foram identificadas quatro dimensões centrais que moldam o empreendedorismo feminino na vitivinicultura: estrutural, sociocultural, organizacional e individual (Quadro 2). Essa perspectiva contextual reforça a ideia de que o sucesso e a continuidade de iniciativas empreendedoras dependem não apenas de capacidades internas, mas também do ambiente institucional e social no qual estão inseridas (Santos, Marques & Ferreira, 2021).

Quadro 2: Fatores identificados na RSL

Fatores Dimensão /	Tendências observadas na literatura	Lacunas identificadas
Estruturais	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecimento da necessidade de políticas de equidade de gênero e de instrumentos de crédito/fomento específicos (Pospisil & Zavadna, 2022). • Expansão de programas de capacitação, ainda com alcance limitado (Huamán <i>et al.</i>, 2022). 	<ul style="list-style-type: none"> • Poucos estudos avaliam o impacto de políticas de crédito inclusivo no crescimento de vinícolas lideradas por mulheres. • Baixa integração entre gênero e economia institucional nas análises do setor (Muñoz & Pérez, 2007).
Socioculturais	<ul style="list-style-type: none"> • Emergência de novas lideranças femininas que desafia estruturas patriarcais e ressignifica papéis (Santos, Marques & Ratten, 2019). • Maior visibilidade de redes colaborativas e de trajetórias de alto impacto (Huamán <i>et al.</i>, 2022). 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de comparações entre contextos culturais. • Ausência de abordagens interseccionais (gênero × território × identidade profissional) (Casprini, Pucci & Zanni, 2023).
Organizacionais	<ul style="list-style-type: none"> • Adoção de gestão participativa, sustentabilidade e inovação em produtos/processos (Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020; Filimonau <i>et al.</i>, 2024). • Uso estratégico de enoturismo e comunicação digital (Colapinto, Finotto & Mauracher, 2021; Dressler & Paunović, 2021). 	<ul style="list-style-type: none"> • Carência de estudos sobre desempenho organizacional de vinícolas lideradas por mulheres. • Pouca mensuração quantitativa do impacto da liderança feminina na competitividade setorial.
Individuais	<ul style="list-style-type: none"> • Resiliência, autoconfiança e formação aparecem como fatores críticos (Pospisil & Zavadna, 2022). • Redes pessoais e familiares sustentam decisões e continuidade (Gonçalves, Haidar & Celik, 2024). 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuficiência de análises sobre o equilíbrio vida-trabalho. • Pouca atenção aos aspectos subjetivos da identidade empreendedora no vinho.

Fonte: Elaborado pelas autoras com base na RSL (2025).

Compreende-se os fatores estruturais como aqueles que se referem às condições institucionais e econômicas que configuram o ambiente de negócios. Barreiras recorrentes incluem acesso restrito ao crédito, burocracia e ausência de políticas públicas específicas de equidade de gênero, o que limita a expansão de vinícolas femininas e evidencia a necessidade de instrumentos financeiros inclusivos (Pospisil & Zavodna, 2022). Os fatores socioculturais relacionam-se às normas sociais e papéis de gênero historicamente associados às mulheres. Em muitos contextos vitivinícolas, o patriarcado ainda restringe reconhecimento e legitimidade às empreendedoras, dificultando sua visibilidade e acesso a redes sociais e comerciais (Santos et al., 2021; Casprini, Pucci & Zanni, 2023; Huamán *et al.*, 2022). No entanto, observa-se uma resignificação crescente dos papéis femininos, impulsionada por novas gerações que adotam posturas colaborativas e inovadoras (Santos, Marques & Ratten, 2019).

Por sua vez, os organizacionais abrangem práticas de gestão, estrutura e cultura organizacional. Estudos indicam que mulheres tendem a implementar gestão participativa, foco em qualidade, sustentabilidade e valorização do capital humano, além de impulsionar diversificação via enoturismo e comunicação digital (Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020; Filimonau *et al.*, 2024), e, por fim, os fatores individuais são aqueles que envolvem competências pessoais, formação e atributos subjetivos. Resiliência, autoconfiança e qualificação profissional são apontadas como fatores decisivos para o sucesso das empreendedoras (Pospisil & Zavodna, 2022). A conciliação entre papéis familiares e empresariais permanece um desafio central, especialmente em empreendimentos familiares e territoriais (Goncalves, Haidar & Celik, 2024).

Welsh, Kaciak e Shamah (2018) analisaram os determinantes do desempenho de empresas lideradas por mulheres no contexto de uma economia emergente afetada por um ambiente político e sociocultural turbulento. O estudo utilizou as perspectivas de recursos e instituições, incorporadas no modelo 5M (dinheiro, gestão, mercado, ambientes macro/meso e maternidade), com dados de 117 empreendedoras do Egito. Os achados revelaram uma relação positiva entre o capital humano das mulheres empreendedoras e o desempenho de suas empresas. E, não encontrou relação entre o capital social feminino, problemas pessoais relacionados a gênero e o desempenho empresarial no local estudado (Egito). Essas duas conclusões sugerem que novas pesquisas precisam desenvolver para melhor explicar os processos empreendedores femininos em ambientes hostis como nos casos analisados.

Em conjunto, essas dimensões evidenciam um fenômeno complexo, influenciado por trajetórias históricas, valores culturais e condições estruturais (Santos, Marques & Ratten, 2019). Embora haja avanços, persistem desigualdades que requerem políticas públicas, reconhecimento institucional e fortalecimento das lideranças femininas (ONU BRASIL, 2024). O aprofundamento acadêmico, aliado a estratégias de apoio setorial, pode estimular práticas mais inclusivas e sustentáveis no setor vitivinícola (Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020; Muñoz & Perez, 2007).

4.2.2 Estratégias utilizadas por mulheres empreendedoras no setor vitivinícola

A análise dos estudos da RSL evidencia que as mulheres empreendedoras no setor vitivinícola mobilizam um conjunto de estratégias para consolidar e expandir seus negócios. Tais estratégias combinam dimensões sociais, organizacionais, tecnológicas e identitárias, articulando elementos tradicionais do território com práticas contemporâneas de gestão e mercado. De forma geral, as empreendedoras adotam práticas orientadas conforme Quadro 3:

Quadro 3: Estratégias empreendedoras femininas no setor vitivinícola

Estratégias	Evidências	Autores
Capital social/ humano e redes	Redes femininas, coopetição, parcerias territoriais e familiares	Welsh, Kaciak & Shamah (2018); Santos, Marques & Ratten (2019); Cesaro, Finotto & Mauracher (2020); Goncalves, Haidar & Celik (2024)
Identidade, marca e reputação	Narrativas territoriais, <i>storytelling</i> , posicionamento feminino	Colapinto, Finotto & Mauracher (2021)
Inovação e digitalização	<i>E-commerce</i> , mídia social, marketing digital, novas tecnologias	Dal Vecchio & Arzu (2018); Batool & Ullah (2018); Filimonau <i>et al.</i> (2024)
Diversificação produtiva	Enoturismo, hospitalidade, experiências gastronômicas	Dressler & Paunović (2021)
Liderança e valores	Gestão participativa, foco em qualidade e sustentabilidade	Cesaro, Finotto & Mauracher (2020); Casprini, Pucci & Zanni (2023)
Resiliência e adaptação	Estratégias anticrise, redes de apoio, flexibilidade estratégica	Colapinto, Finotto & Mauracher (2021); Filimonau <i>et al.</i> (2024)

Fonte: elaboração própria com base na RSL (2025).

Na categoria capital social e redes - cooperação como estratégia central, verifica-se que a literatura demonstra que o capital social ocupa papel central na trajetória das mulheres no vinho, operando tanto no ingresso quanto na consolidação dos negócios (Santos, Marques & Ratten, 2019; Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020). Laços familiares e comunitários aparecem como fontes primárias de confiança, legitimidade e recursos - financeiros, técnicos e simbólicos - contribuindo para superar assimetrias de poder e acesso ao mercado (Dal Vecchio & Arzu, 2018; Goncalves, Haidar & Celik, 2024).

Redes horizontais exclusivamente femininas - como o caso português analisado por Santos, Marques & Ratten (2019) - têm emergido como plataformas estratégicas de internacionalização, compartilhamento de conhecimento e aumento de visibilidade. Esses resultados dialogam com evidências de que a coopetição (combinação entre cooperação e competição) fortalece a competitividade coletiva sem comprometer a autonomia empresarial (Filimonau *et al.*, 2024).

Na construção de identidade, marca e reputação, a gestão da identidade feminina como elemento estratégico aparece de forma recorrente. Empreendedoras articulam narrativas vinculadas à herança familiar, ao território e à sensibilidade feminina no cuidado com o produto, buscando diferenciação e

autenticidade (Colapinto, Finotto & Mauracher, 2021). Estudos apontam que a comunicação empática, a narrativa emocional e a transparência reforçam vínculos com consumidores e stakeholders, especialmente em momentos de crise, como observado durante a pandemia de COVID-19 (Colapinto, Finotto & Mauracher, 2021).

Na inovação, digitalização e diversificação produtiva, a diversificação para atividades complementares - especialmente o enoturismo - é outra estratégia central identificada em alguns estudos analisados na RSL (Dressler & Paunović, 2021). Essa diversificação possibilita geração de valor agregado, ampliação do fluxo de caixa e fortalecimento da marca territorial. Além disso, as empreendedoras demonstram capacidade de ambidestria ao combinar práticas tradicionais da vitivinicultura com inovação digital, uso de mídias sociais, comércio eletrônico e posicionamento global (Dal Vecchio & Arzu, 2018; Filimonau *et al.*, 2024). Tecnologias de informação e comunicação também desempenham papel relevante em contextos emergentes, ampliando alcance comercial e acelerando a consolidação dos negócios (Batoool & Ullah, 2018).

Na categoria denominada de liderança e valores, os estudos destacam um estilo de liderança orientado à sustentabilidade, à valorização das pessoas e à construção de relações de longo prazo (Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020; Casprini, Pucci & Zanni, 2023). Metas ligadas à qualidade, inovação e legado organizacional aparecem como prioritárias, muitas vezes acima de metas estritamente financeiras (Casprini, Pucci & Zanni, 2023). A gestão participativa, o cuidado com equipes e clientes e o compromisso com práticas ambientais consolidam o papel das mulheres como vetores de transformação sociocultural no setor.

As estratégias de resiliência e adaptação adotadas pelas empreendedoras do setor vitivinícola concentram-se na capacidade de resposta a crises e à instabilidade do ambiente competitivo. Evidenciam-se práticas como a flexibilização estratégica, o acionamento de redes de apoio e a construção de mecanismos anticrise, que permitem a reorganização dos modelos de negócio diante de desafios econômicos, sociais e ambientais. Essas estratégias fortalecem a continuidade dos empreendimentos e demonstram a habilidade das empreendedoras em ajustar processos, mercados e relações de forma dinâmica, assegurando a sustentabilidade dos negócios no longo prazo.

As estratégias utilizadas por mulheres empreendedoras no setor vitivinícola extrapolam a lógica competitiva tradicional, apresentando uma abordagem híbrida que combina cooperação, inovação, sustentabilidade e identidade territorial. Tais evidências sugerem que as mulheres desempenham papel estruturante na transformação cultural da vitivinicultura, introduzindo novas formas de liderança e modelos de negócio mais inclusivos e colaborativos.

4.2.3 Recomendações e boas práticas para o fortalecimento do empreendedorismo feminino na vitivinicultura

Com base na literatura analisada, emergem recomendações e boas práticas que podem orientar políticas públicas, programas de apoio e ações de gestão em vinícolas lideradas por mulheres. Essas

recomendações configuram um conjunto integrado de diretrizes que reforçam o papel estratégico das mulheres na inovação, na sustentabilidade e na competitividade do setor vitivinícola e são sintetizadas no Quadro 4.

Quadro 4: Síntese de boas práticas e recomendações para fortalecimento do empreendedorismo feminino na vitivinicultura

Categorias analíticas	Boas práticas identificadas na literatura	Recomendações para o setor
Políticas públicas e ambiente institucional	Programas de incentivo ao empreendedorismo feminino, acesso a crédito, suporte técnico e reformas legais	Desenvolver políticas públicas inclusivas, linhas de financiamento orientadas a mulheres rurais e empreendimentos familiares
Educação, capacitação e desenvolvimento de competências	Formação técnica e gerencial, capacitação em liderança, inovação e tecnologias digitais	Expandir programas de educação empreendedora e capacitação contínua com enfoque em gestão, comunicação e digitalização
Fortalecimento de redes, cooperação e governança	Redes femininas, associações setoriais, eventos, coopetição e integração territorial	Incentivar redes colaborativas locais e regionais, promovendo governança participativa e acesso a capital social
Gestão, liderança e cultura organizacional	Liderança participativa, foco em qualidade, sustentabilidade e responsabilidade socioambiental	Estimular modelos de gestão baseados em valores, sustentabilidade e construção de legado territorial

Fonte: Elaborado pelas autoras com base na RSL (2025).

Em relação à categoria políticas públicas e ambiente institucional, a literatura evidencia a necessidade de políticas públicas que assegurem acesso equitativo a crédito, capacitação, tecnologia e mercados (Pospisil & Zavadna, 2022; Huamán *et al.*, 2022). Reformas legais e institucionais são apontadas como fundamentais para ampliar a participação feminina, como demonstrado em contextos como Espanha e Arábia Saudita, onde mudanças regulatórias ampliaram o ingresso das mulheres na economia (Muñoz & Pérez, 2007).

Programas governamentais de incentivo ao empreendedorismo feminino, combinados com suporte técnico especializado e linhas de financiamento orientadas para pequenos e médios empreendimentos familiares, são destacados como instrumentos críticos para reduzir desigualdades estruturais (Ras & Vermeulen, 2012; Batool & Ullah, 2018). As implicações práticas sugerem que políticas desenhadas para mulheres rurais e empreendedoras familiares são mais eficazes quando articuladas a redes locais, assistência técnica e acesso a capital social.

Na categoria Educação, capacitação e desenvolvimento de competências, a formação técnica e gerencial aparece como elemento determinante para o desenvolvimento de negócios vitivinícolas liderados por mulheres (Huamán *et al.*, 2022; Meyer & Landsberg, 2018). Mulheres com maior qualificação formal e inserção em redes profissionais apresentam maior capacidade de inovar, internacionalizar e diversificar suas operações (Huamán *et al.*, 2022; Goncalves, Haidar & Celik, 2024).

Portanto, iniciativas de educação empreendedora com enfoque em liderança, comunicação, inovação e uso de tecnologias digitais são recomendadas como alavancas para o fortalecimento das capacidades de gestão e expansão de mercado (Dal Vecchio & Arzu, 2018).

Já na categoria Fortalecimento de redes, cooperação e governança, as análises realizadas dos artigos da RSL convergem ao destacar o papel estratégico das redes colaborativas, eventos setoriais, grupos femininos e associações de empresárias (Santos, Marques & Ratten, 2019; Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020). Além disso, práticas de coopetição e integração com ecossistemas de inovação regionais aumentam competitividade, acesso a aprendizado e abertura de mercados (Dressler & Paunović, 2021; Marques, Lermen, Gularte, de Magalhães, Danilevicz, & Echeveste, 2021).

Na Gestão, liderança e cultura organizacional, última categoria das boas práticas e recomendações, as vinícolas lideradas por mulheres tendem a adotar modelos de governança participativa, foco em qualidade, responsabilidade social e sustentabilidade ambiental (Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020; Casprini, Pucci & Zanni, 2023). Evidências apontam para um perfil de liderança baseado em valores como cuidado, colaboração e construção de legado familiar e territorial (Colapinto, Finotto & Mauracher, 2021).

As recomendações identificadas reforçam que o fortalecimento do empreendedorismo feminino no setor vitivinícola requer ações integradas que combinem políticas públicas inclusivas, apoio institucional, educação empreendedora, redes colaborativas e práticas organizacionais sustentáveis. Tal abordagem favorece o avanço das mulheres no setor, a competitividade e a sustentabilidade de todo o ecossistema vitivinícola.

Por fim, também foi possível identificar uma agenda para pesquisas futuras, conforme Quadro 5. A RSL realizada revela que o empreendedorismo feminino no setor vitivinícola é um campo ainda emergente e disperso, demandando estudos capazes de avançar para análises multidimensionais, interseccionais e longitudinalmente estruturadas.

Futuras pesquisas devem priorizar métodos mistos e abordagens quantitativas para mensurar o desempenho organizacional, inovação e resiliência em vinícolas lideradas por mulheres, explorando diferenças em relação à liderança masculina e à influência de metas estratégicas (Casprini, Pucci & Zanni, 2023). Ademais, torna-se essencial desenvolver métricas de impacto de políticas públicas, crédito e programas de incentivo à equidade de gênero, avaliando como instrumentos de fomento e inclusão afetam a performance empresarial e a consolidação de negócios femininos rurais (Pospisil & Zavodna, 2022). Pesquisas longitudinais e multicaseos também devem avançar sobre processos sucessórios, dinâmicas familiares, identidade empreendedora e equilíbrio entre papéis de gênero, sobretudo em vinícolas familiares.

Outro eixo prioritário consiste na incorporação de perspectivas interseccionais e territoriais, considerando como gênero, raça, classe, cultura e posição social moldam oportunidades e obstáculos em regiões produtoras tradicionais e emergentes (Ras & Vermeulen, 2012). Estudos comparativos entre países do Sul Global, como América Latina, Líbano, África e Ásia, podem aprofundar a compreensão

sobre o papel do capital social, redes familiares e legitimidade social na trajetória de empreendedoras rurais (Goncalves, Haidar & Celik, 2024; Reavley, Lituchy & McClelland, 2005). Adicionalmente, sugere-se investigar estratégias de coopetição e colaboração, especialmente em contextos pós-crise e de recursos limitados, incluindo o papel dos filhos e da família na continuidade dos negócios, o aprendizado organizacional e a construção de redes mistas e intergeracionais (Filimonau *et al.*, 2024; Santos, Marques & Ratten, 2019).

Além das lacunas metodológicas e empíricas, a revisão evidenciou a necessidade de maior densidade teórica nos estudos futuros. Observou-se limitada mobilização de teorias organizacionais clássicas e contemporâneas para interpretar o empreendedorismo feminino no setor vitivinícola, o que abre espaço para investigações ancoradas em referenciais como RBV, Capacidades Dinâmicas, Lógica Dominante De Serviço, Teoria Institucional, Governança e Aprendizagem Organizacional.

Quadro 5: Agenda futura de pesquisa sobre empreendedorismo feminino no setor vitivinícola

Perspectiva	Questões de pesquisa (QP)	Implicações e aplicações
Abordagens metodológicas	<p>QP1. Como métodos quantitativos e mistos podem mensurar o impacto da liderança feminina no desempenho e na resiliência organizacional?</p> <p>QP2. Quais diferenças emergem em estudos longitudinais sobre trajetórias empreendedoras femininas no setor vitivinícola?</p>	Avançar o rigor metodológico do campo, permitindo análises comparativas, mensuração de resultados e maior generalização dos achados.
Liderança, desempenho e inovação	<p>QP3. Existem diferenças significativas entre vinícolas lideradas por mulheres e por homens em termos de inovação, desempenho e metas estratégicas?</p> <p>QP4. Como estilos de liderança feminina influenciam a sustentabilidade e a competitividade?</p>	Contribuir para o debate sobre liderança de gênero e seus efeitos organizacionais, subsidiando práticas de gestão e políticas de equidade.
Políticas públicas e ambiente institucional	<p>QP5. Como políticas públicas, acesso ao crédito e programas de incentivo impactam a consolidação de negócios vitivinícolas liderados por mulheres?</p> <p>QP6. Quais métricas são mais adequadas para avaliar a efetividade dessas políticas?</p>	Apoiar o desenho de políticas públicas mais eficazes e sensíveis ao gênero, especialmente em contextos rurais e familiares.
Dinâmicas familiares e sucessão	<p>QP7. Como ocorrem os processos sucessórios em vinícolas familiares lideradas por mulheres?</p> <p>QP8. De que forma a identidade empreendedora e papéis de gênero influenciam a continuidade dos negócios?</p>	Ampliar a compreensão sobre sucessão, governança familiar e construção de legado no setor vitivinícola.
Perspectivas interseccionais e territoriais	<p>QP9. Como gênero, raça, classe, cultura e território moldam oportunidades e barreiras ao empreendedorismo feminino?</p> <p>QP10. Quais diferenças emergem entre regiões produtoras tradicionais e emergentes?</p>	Incorporar maior diversidade analítica e contextual, ampliando a relevância social e teórica das pesquisas.
Sul Global e estudos comparativos	<p>QP11. Quais especificidades caracterizam o empreendedorismo feminino na vitivinicultura em países do Sul Global?</p> <p>QP12. Como capital social e legitimidade influenciam trajetórias empreendedoras nesses contextos?</p>	Reduzir a concentração de estudos em países centrais e fortalecer abordagens comparativas internacionais.
Redes, cooperação e resiliência	<p>QP13. Qual o papel das redes, da cooperação e das relações intergeracionais na resiliência pós-crise?</p> <p>QP14. Como estratégias colaborativas contribuem para adaptação e aprendizagem organizacional?</p>	Compreender mecanismos de resiliência e adaptação em contextos de escassez de recursos e instabilidade.
Aprofundamento teórico-organizacional	<p>QP15. Como teorias organizacionais, como RBV, Capacidades Dinâmicas e abordagens relacionais, podem ampliar a compreensão sobre desempenho, inovação, resiliência e criação de valor em vinícolas lideradas por mulheres?</p>	Fortalecer a consistência teórica do campo e ampliar sua capacidade explicativa.

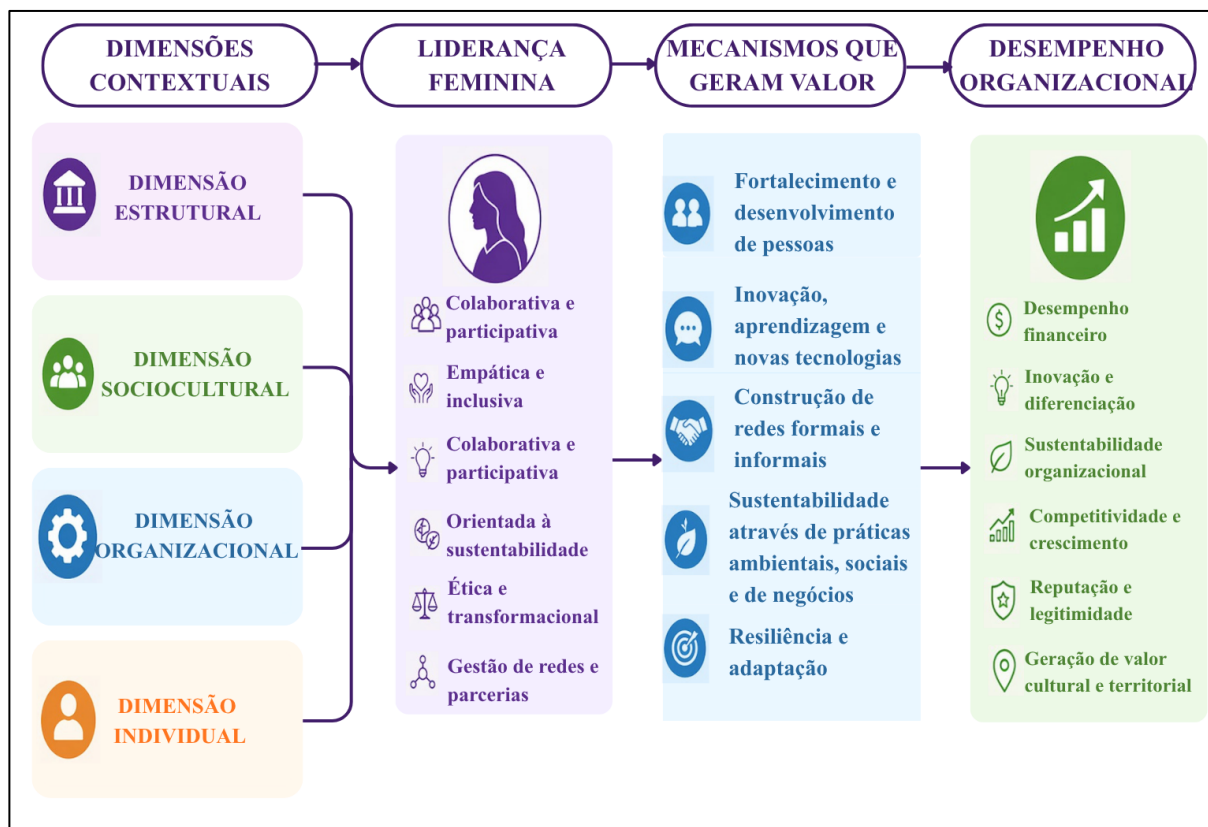
Fonte: Elaboração própria com base na RSL (2025).

De forma geral, a análise demonstra que, apesar dos avanços na visibilidade e atuação das mulheres na vitivinicultura, a produção científica ainda é incipiente e fragmentada. A maior parte dos estudos aborda dimensões gerais do empreendedorismo, com pouco aprofundamento nas especificidades territoriais, culturais e produtivas do setor do vinho.

Essa lacuna indica oportunidades para pesquisas futuras que adotem abordagens interdisciplinares e comparativas, integrando análises de gênero, território, sucessão familiar, redes e sustentabilidade. Investigações com métodos qualitativos, estudos longitudinais e comparações internacionais podem ampliar a compreensão sobre as dinâmicas de agência feminina e seu papel na inovação e transformação sustentável da vitivinicultura (ONU BRASIL, 2024).

A partir da síntese dos resultados da Revisão Sistemática da Literatura, a Figura 4 busca articular as dimensões que influenciam o empreendedorismo feminino e seus efeitos sobre o desempenho organizacional no setor vitivinícola. A Figura busca sumarizar e responder à lacuna identificada na literatura quanto à ausência de abordagens que sistematizem a relação entre liderança feminina e desempenho organizacional em contextos específicos.

Figura 4: Influência da liderança feminina no desempenho organizacional do setor vitivinícola



Fonte: Elaborado pelas autoras com base na RSL (2026).

Conforme ilustrado na Figura 4, as dimensões estrutural, sociocultural, organizacional e individual configuram o contexto no qual as mulheres empreendedoras atuam, influenciando diretamente a construção de estilos de liderança feminina. Esses estilos, caracterizados por práticas

colaborativas, inovadoras e orientadas à sustentabilidade, atuam como elemento mediador entre os fatores contextuais e os resultados organizacionais. A liderança feminina, nesse sentido, contribui para o fortalecimento do desempenho organizacional, refletido em inovação, sustentabilidade, competitividade e resiliência das vinícolas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar, por meio de uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL), a produção científica referente ao empreendedorismo feminino no setor vitivinícola, buscando compreender suas principais abordagens, avanços teóricos e desafios persistentes. A partir da análise de 25 artigos publicados entre 2005 e 2025, foi possível traçar um panorama consolidado sobre a evolução do tema, revelando um crescente interesse acadêmico e institucional pelas dinâmicas de empreendedorismo feminino que permeiam a vitivinicultura.

Os resultados bibliométricos e descritivos evidenciaram um aumento significativo das publicações a partir de 2018, concentradas principalmente em países como Itália, Espanha, Chile, Portugal e Brasil. Esse crescimento demonstra que o debate sobre o protagonismo feminino nas vinícolas está se consolidando como um campo de pesquisa abrangente, articulando perspectivas das áreas de gestão, agronegócio, sustentabilidade e turismo (Pospisil & Zavodna, 2022; Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020; Filimonau *et al.*, 2024). Além disso, o predomínio de estudos de abordagem qualitativa reflete o esforço em compreender as vivências, barreiras e trajetórias pessoais das mulheres que empreendem e atuam nesse setor.

A literatura aponta que as principais barreiras enfrentadas pelas empreendedoras incluem o acesso limitado a capital financeiro, as restrições culturais e familiares e a ausência de políticas de incentivo voltadas especificamente para a liderança feminina no agronegócio. Tais obstáculos são frequentemente atenuados por meio do fortalecimento das redes de apoio e do capital social, bem como da valorização da formação educacional e da inovação organizacional (Casprini, Pucci & Zanni, 2023; Huamán *et al.*, 2022). Observa-se, portanto, que as mulheres empreendedoras no setor vitivinícola têm desempenhado um papel essencial na sustentabilidade econômica e social das vinícolas familiares, contribuindo para a preservação das tradições locais e para a diversificação dos modelos de gestão (Dal Vecchio & Arzu, 2018).

Outro ponto relevante identificado é a confluência entre gênero feminino e sustentabilidade, em que o empreendedorismo feminino tem sido reconhecido como vetor de práticas mais responsáveis e de inovação social no setor (Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020; Goncalves, Haidar & Celik, 2024). As empreendedoras do vinho não apenas assumem funções de liderança, mas também atuam como agentes de transformação cultural, impulsionando processos, como o fortalecimento do enoturismo e a promoção da identidade territorial (Dal Vecchio & Arzu, 2018; Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020; Santos, Marques & Ratten, 2019).

Apesar dos avanços, a revisão também revelou lacunas teóricas e empíricas importantes. Há escassez de estudos quantitativos e comparativos entre regiões produtoras, bem como de pesquisas que explorem o impacto das políticas públicas e dos mecanismos de governança nas trajetórias das mulheres empreendedoras. Além disso, a produção científica ainda é concentrada em países europeus, sendo necessário ampliar o foco para realidades emergentes e contextos rurais de baixa densidade econômica.

Ainda assim, nota-se que a maioria dos estudos sobre empreendedorismo feminino ainda aborda o tema de forma ampla, concentrando-se em contextos urbanos ou em setores tradicionais. Pesquisas voltadas especificamente para o setor vitivinícola são escassas e fragmentadas, o que evidencia uma lacuna importante na literatura. Essa ausência de investigações aprofundadas sobre a vitivinicultura limita a compreensão das particularidades do campo, especialmente considerando que se trata de uma atividade fortemente marcada por heranças familiares, aspectos culturais e características territoriais particulares. Logo, torna-se relevante compreender como esses fatores moldam as experiências, oportunidades e desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras nesse segmento.

Do ponto de vista teórico, o estudo contribui ao organizar um campo ainda fragmentado, integrando evidências sobre barreiras, estratégias, redes, liderança e sustentabilidade no empreendedorismo feminino vitivinícola. Em termos analíticos, a combinação entre revisão sistemática e caracterização bibliométrica permitiu mapear a estrutura da produção científica e sistematizar convergências, lacunas e agendas futuras. Em termos práticos, os achados oferecem subsídios para políticas públicas, programas de apoio e estratégias organizacionais voltadas ao fortalecimento da atuação feminina no setor do vinho. Essa forma de contribuição está alinhada a recomendações recentes de pesquisas bibliométricas e de revisão, que enfatizam a necessidade de articular descrição do campo, avanço teórico e implicações para a prática (Mukherjee *et al.*, 2022).

Apesar do rigor metodológico, esta RSL apresenta limitações relacionadas ao escopo e à seleção das fontes, restritas a publicações em inglês e bases indexadas, o que pode ter excluído estudos locais. Como o tema é emergente, a literatura ainda é limitada e dependente da qualidade dos trabalhos disponíveis. Tais restrições reforçam a necessidade de novas pesquisas empíricas e comparativas sobre a relação entre gênero, inovação e cultura organizacional na vitivinicultura. Entre as lacunas teóricas identificadas, destaca-se a baixa incorporação de teorias organizacionais mais fortes nos estudos sobre empreendedorismo feminino na vitivinicultura, o que limita a capacidade explicativa do campo e reforça a necessidade de pesquisas futuras com maior densidade conceitual.

Recomenda-se que futuras pesquisas aprofundem a análise, através de estudos sociodemográficos, como idade, escolaridade, sucessão familiar e inovação tecnológica. O fortalecimento do empreendedorismo feminino no setor vitivinícola não representa apenas uma questão social, mas também uma estratégia inteligente de crescimento econômico e valorização territorial para as regiões produtoras de vinho em escala global.

Ademais, a pesquisa aponta a necessidade de avançar em estudos exploratórios para análises de longo prazo que avaliem o impacto da liderança feminina no desempenho e na resiliência do setor

vitivinícola. Pesquisas futuras devem combinar métodos qualitativos e quantitativos, considerando políticas públicas, acesso ao crédito e fatores interseccionais (gênero, raça e território). Também é importante investigar a sucessão em vinícolas familiares e estratégias colaborativas para garantir a sustentabilidade dos empreendimentos liderados por mulheres.

Em síntese, o fortalecimento do empreendedorismo feminino na vitivinicultura mostra-se essencial não apenas para o incentivo da equidade de gênero, mas também para o aumento da competitividade, da inovação e da sustentabilidade do setor, afirmando-se como um elemento-chave para o desenvolvimento regional.

REFERÊNCIAS

Ahmed, J.U., Ahmed, A., Hoque, M.T., Majid, M.A., & Chhikara, R. (2019). Women entrepreneurs fast food business: a case study on challenging social prejudice through entrepreneurship. *Small Enterprise Research*, 26(3), 307-319. <https://doi.org/10.1080/13215906.2019.1671216>

Aliyu, R. M., Tunku Ahmad, T. S., & Nordin, N. (2019). The influence of training on business performance of women entrepreneurs: the mediating role of innovation. *Sains Humanika*, 11(2-2). <https://doi.org/10.11113/sh.v11n2-2.1660>

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.

Batool, H. & Ullah, K. (2018). Pakistani women entrepreneurs and ICT intervention. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(1), 1-15.

Casprini, E., Pucci, T. & Zanni, L. (2023). From growth goals to proactive organizational resilience: first evidence in women-led and non-women-led Italian wineries. *Review of Managerial Science*, 17, 1017-1036. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00557-1>

Cesaro, Finotto & Mauracher, 2020, L., Finotto, V., & Mauracher, C. (2020). *Female entrepreneurship in the wine industry*: characteristics of the entrepreneurial process and the role of social ties. Master's Degree in Management, International Management. Università Ca' Foscari, Venezia, Italy.

Chiambaretto, P., Fernandez, A., & Le Roy, F. (2025). Coopetition strategy: big questions and promising answers. *Strategic Management Review*, 6(1), 17-52. <https://doi.org/10.1561/111.00000073>

Colapinto, C., Finotto, V., & Mauracher, C. (2021). *Female entrepreneurship in the wine sector*: the role of identity in small and medium-sized wineries' formation, growth and response to Covid-19. Working Paper. Department of Management, Università Ca' Foscari, Venezia, Itália. ISSN 2239-2734.

Dal Vecchio, A., & Arzu, D. (2018). *Wine & Women*: the glass of success. Master's Degree (Single Cycle Degree in Global Development & Entrepreneurship). Università Ca' Foscari, Venice, Italy.

Damoah, O.B.O. (2023). Entrepreneurship and internationalisation: to what extent do the perceptions of male and female entrepreneurs differ on success factors. *African Journal of Economic and Management Studies*, 14(3), 457-476. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-09-2022-0355>

Dressler, M., & Paunović, I. (2021). Business model innovation: strategic expansion of German small and medium wineries into hospitality and tourism. *Administrative Sciences*, 11(4), 146. <https://doi.org/10.3390/admsci11040146>

Filimonau, V., Matyakubov, U., Matniyozov, M., Shaken, A., & Mika, M. (2024). Women entrepreneurs in tourism in a time of a life event crisis. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 457-479. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2091142>

EUROCHAMBRES (2025). *Women Entrepreneurs Survey 2025: Unveiling insights from the women entrepreneurs*. Bruxelas: Eurochambres/UN Women.

FAO. Food And Agriculture Organization (2026). *International Year of the Woman Farmer 2026: Accelerating action to close gender gaps in agrifood systems*. Roma: FAO.

Garg, S. & Agarwal, P. (2017). Problems and prospects of woman entrepreneurship – a review of literature. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 19(1), 55-60. <https://doi.org/10.9790/487X-1901025560>.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor (2022). *Global Report 2021/2022: GEM, 2022*. <https://www.gemconsortium.org/report>. Accessed 11 June 2025.

Goncalves, M., Haidar, N., & Celik, E. (2024). Drivers and motivations of Lebanese women entrepreneurs: insights from the demand-constraint-choice framework. *Cogent Business & Management*, 11(1), 1-29 <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2371068>.

Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510. <https://doi.org/10.1086/228311>

Huamán, F., Guede, B., Cancino, C.A., & Cordova, M. (2022). Female entrepreneurship: Evidence-based high-impact perspective from Chile and Peru. *Estudios Gerenciales*, 38(162), 45-56. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2022.162.4586>

Kitsios, F., Papachristos, N., & Kamariotou, M. (2017). Business models for open data ecosystem: challenges and motivations for entrepreneurship and innovation. In: *IEEE 19th Conference on Business Informatics (CBI)*, Thessaloniki, Greece, 2017, pp. 398-407: <https://doi.org/10.1109/CBI.2017.51>.

Koul, S., Taylor, I.W., Falebita, O.A., Ono, T., Chen, R., & Vogel, M.T. (2022). Examining the success of women of color-owned small and medium-sized enterprises in the United States: A system dynamics perspective. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18, 1373-1401. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00806-5>

Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F.L., & Spitzer J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425>

Lima, R.M., Corrêa, V.S., Melo, P.L.R., Nassif, V.M.J., Arruda, M.C.S. (2024). Female entrepreneurship in a developing context: Motivations, challenges, and drivers to succeed in Brazil. *BAR - Brazilian Administration Review*, 21(2), e220157. <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2024220157>

Loureiro, S.M.C., Romero, J., & Bilro, R.G. (2020). Stakeholder engagement in co-creation processes for innovation: A systematic literature review and case study. *Journal of Business Research*, 119, 388-409. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.038>

Maior, R.Â.M.S., Oliveira Jr., E.R.; Ribeiro, A.R.B., & Fernandes, L.M.A. (2022). Consumer behavioural variables in relation to green products: a systematic literature review. *Brazilian Journal of Marketing*, 21(4), 1307-1359. <https://doi.org/10.5585/remark.v21i4.20016>.

Marques, K.S., Lermen, F.H., Gularte, A.C., de Magalhães, R.F., Danilevicz, Â.M.F., & Echeveste, M.E.S. (2021). Inside of an innovation ecosystem: evidence from the Brazilian wine sector. *Australian Journal of Grape and Wine Research*, 27(1), 66-80. <https://doi.org/10.1111/ajgw.12461>

Meyer, N. & Landsberg, J. (2018). *What motivates females to start a business?* The case of a female entrepreneurship programme in South Africa. Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018. Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020, IBIMA 2018 - Milan, Italy, p. 2271-2281. ISBN (Electronic)9780999855102.

Muñoz, L. G., & Pérez, P. F. (2007). Female entrepreneurship in Spain during the nineteenth and twentieth centuries. *The Business History Review*, 81(3), 495-515. <http://www.jstor.org/stable/25097379>

Mukherjee, D., Lim, W. M., Kumar, S., & Donthu, N. (2022). Guidelines for advancing theory and practice through bibliometric research. *Journal of Business Research*, 148, 101–115. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.042>

OECD. Organisation for Economic Co-operation and Development/ European Commission (2021). *The Missing Entrepreneurs 2021: Policies for inclusive entrepreneurship and self-employment*. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/71b7a9bb-en>.

ONU BRASIL. (2024). *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)*. Brasília: Organização das Nações Unidas no Brasil, 2024. <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Accessed: 06 August 2025.

Oyebanjo, O.G., & Tengeh, R.K. (2021). Interrogating the challenges and opportunities for entrepreneurs in the Fourth Industrial Revolution: a developing country perspective. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(6), 883-896. <https://doi.org/10.1504/WREMSD.2021.118658>

Page, M.J., McKenzie, J.E., Bossuyt, P.M., Boutron, I., Hoffmann, T.C., Mulrow, C.D. et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372(71). <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>.

Pospisil, J.Z., & Zavodna, L.S. (2022). An insight to the world of female entrepreneurship: systematic literature review of the phenomenon using the McKinsey 7S Model. *Foundations of Management*, 14(1), Warsaw University of Technology, 2022, pp. 51-66. <https://doi.org/10.2478/fman-2022-0004>

Ras, P.J., & Vermeulen, W.J.V. (2012). Innovative business cases in the South Africa table grape and wine industries: developing the concept of empowerment entrepreneurship. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 8(4), 456-477. <https://doi.org/10.1504/WREMSD.2012.050301>

Reavley, M.A., Lituchy, T. & McClelland, E. (2005). Exporting success: a two country comparison of women entrepreneurs in international trade. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2(1), 57-78. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2005.006070>

Rubim de Castro Souza, R., & Drebes Pedron, C. (2025). The benefits of robotics in manufacturing in the era of industry 4.0: a systematic literature review. *Future Studies Research Journal: Trends and Strategies [FSRJ]*, 17(1), e900. <https://doi.org/10.24023/FutureJournal/2175-5825/2025.v17i1.900>

RVI – Revue Viticole Internationale (2025). *Brazilians drinking more and better: the wine market grows 41% in volume over a decade*. <https://larvi.com/brazilians-drinking-more-and-better-the-wine-market-grows-41-in-volume-over-a-decade/>. Accessed 24 January 2026.

Santos, G., Marques, C.S., & Ferreira, J. (2021). The influence of embeddedness on entrepreneurship, innovation and strategy: a gender perspective in the agri-food sector. *Sustainability*, 13(16), 1-29.

Santos, G., Marques, C.S., & Ratten, V. (2019). Entrepreneurial women's networks: the case of D'Uva – Portugal wine girls. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 298-322. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2017-0418>

Sauer, P. C., & Seuring, S. (2023). How to conduct systematic literature reviews in management research: A guide in 6 steps and 14 decisions. *Review of Managerial Science*, 17(5), 1899-1933.

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>

Smachylo, V., Rudachenko, O., Kulinich, O., & Simonov, D. (2025). Ukrainian entrepreneurship in Poland: challenges and opportunities. *Academy Review*, 1(62), 299-314. <https://doi.org/10.32342/3041-2137-2025-1-62-21>

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

Welsh, D.H.B., Memili, E., Kaciak, E., Al Sadoon, A. (2014). Saudi women entrepreneurs: a growing economic segment. *Journal of Business Research*, 67(5), 758-762, 2014. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.040>

Welsh, D H.B., Kaciak, E., & Shamah, R. (2018). Determinants of women entrepreneurs' firm performance in a hostile environment. *Journal of Business Research*, 88, 481-491. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.015>

WIFITALENTS (2025). *Wine industry statistics: reports 2025*. <https://wifitalents.com/wine-industry-statistics/>. Accessed 24 January 2026.

APÊNDICE

APÊNDICE A: Quadro de caracterização dos estudos incluídos na RSL

Nº	Autores	Título	Periódico / Conferência / Universidade
1	Reavley, Lituchy & Mcclelland (2005)	Exporting success: a two country comparison of women entrepreneurs in international trade.	International Journal of Entrepreneurship and Small Business
2	Muñoz & Pérez (2007)	Female entrepreneurship in Spain during the nineteenth and twentieth centuries.	The Business History Review
3	Ras & Vermeulen (2012)	Innovative business cases in the South Africa table grape and wine industries: developing the concept of empowerment entrepreneurship.	World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development
4	Welsh <i>et al.</i> (2014)	Saudi women entrepreneurs: a growing economic segment	Journal of Business Research
5	Kitsios, Papachristos & Kamariotou (2017)	Business models for open data ecosystem: challenges and motivations for entrepreneurship and innovation.	IEEE 19th Conference on Business Informatics (CBI)
6	Meyer & Landsberg (2018)	What motivates females to start a business? The case of a female entrepreneurship programme in South Africa.	31st IBIMA Conference
7	Dal Vecchio & Arzu (2018)	Wine & women: the glass of success	Trabalho de Conclusão de Curso (Master's Degree in Global Development & Entrepreneurship, Università Ca' Foscari Venezia)
8	Welsh, Kaciak & Shamah (2018)	Determinants of women entrepreneurs' firm performance in a hostile environment.	Journal of Business Research
9	Batool & Ullah (2018)	Pakistani women entrepreneurs and ICT intervention.	Journal of Entrepreneurship Education
10	Kraus <i>et al.</i> (2019)	Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century.	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research
11	Ahmed <i>et al.</i> (2019)	Women entrepreneurs fast food business: a case study on challenging social prejudice through entrepreneurship.	Small Enterprise Research
12	Santos, Marques & Ratten (2019)	Entrepreneurial women's networks: the case of D'Uva – Portugal wine girls.	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research
13	Cesaro, Finotto & Mauracher (2020)	Female entrepreneurship in the wine industry: characteristics of the entrepreneurial process and the role of social ties.	Trabalho de Conclusão de Curso (Master's Degree in Management, Università Ca' Foscari Venezia)

14	Colapinto, Finotto & Mauracher (2021)	Female entrepreneurship in the wine sector: the role of identity in small and medium-sized wineries' formation, growth and response to Covid-19.	Working Paper (Department of Management at Università Ca' Foscari Venezia)
15	Marques <i>et al.</i> (2021)	Inside of an innovation ecosystem: evidence from the Brazilian wine sector.	Australian Journal of Grape and Wine Research
16	Dressler & Paunović (2021)	Business model innovation: strategic expansion of German small and medium wineries into hospitality and tourism.	Administrative Sciences
17	Oyebanjo & Tengeh (2021)	Interrogating the challenges and opportunities for entrepreneurs in the Fourth Industrial Revolution: a developing country perspective.	World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development
18	Koul <i>et al.</i> (2022)	Examining the success of women of color-owned small and medium-sized enterprises in the United States: A system dynamics perspective.	International Entrepreneurship and Management Journal
19	Huamán <i>et al.</i> (2022)	Female entrepreneurship: Evidence-based high-impact perspective from Chile and Peru.	Estudios Gerenciales
20	Pospisil & Zavodna (2022)	An insight to the world of female entrepreneurship: systematic literature review of the phenomenon using the McKinsey 7S Model.	Foundations of Management
21	Casprini, Pucci & Zanni (2023)	From growth goals to proactive organizational resilience: first evidence in women-led and non-women-led Italian wineries.	Review of Managerial Science
22	Damoah (2023)	Entrepreneurship and internationalisation: to what extent do the perceptions of male and female entrepreneurs differ on success factors.	African Journal of Economic and Management Studies
23	Goncalves, Haidar & Celik (2024)	Drivers and motivations of Lebanese women entrepreneurs: insights from the demand-constraint-choice framework.	Cogent Business & Management
24	Filimonau <i>et al.</i> (2024)	Women entrepreneurs in tourism in a time of a life event crisis.	Journal of Sustainable Tourism
25	Smachylo <i>et al.</i> (2025)	Ukrainian entrepreneurship in Poland: challenges and opportunities.	Academy Review

Fonte: Elaborado pelas autoras (2026).