

MARKETING SOCIAL E EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: O CASO DA JUNIOR ACHIEVEMENT PORTUGAL

Prof.^a Dr.^a Arminda Finisterra do Paço
apaco@ubi.pt

Universidade da Beira Interior, Portugal

Aimara Wilson Mendes
wilson.mendes@ubi.pt

Lilian Martins
lili.martins@ubi.pt

Silvana Marucci
silvana.marucci@ubi.pt

Rafaela Barbosa
rafaela.barbosa@ubi.pt

Resumo:

A Junior Achievement Portugal (JAP) atua como organização sem fins lucrativos focada na promoção de competências empreendedoras e financeiras entre jovens, por meio de métodos pedagógicos ativos que incentivam a aprendizagem prática e experiencial. Este caso analisa o programa “A Empresa”, iniciativa emblemática da JAP, no qual estudantes criam miniempresas e vivenciam etapas reais de gestão, inovação e tomada de decisão. O estudo descreve os objetivos, o público-alvo, as estratégias de marketing social e o papel das empresas parceiras na implementação do programa. Discute também como a ação reforça a ligação entre escolas e mercado de trabalho, contribuindo para o desenvolvimento de competências essenciais. Por fim, identifica impactos, desafios de expansão, questões de sustentabilidade e lacunas na avaliação de impacto a longo prazo.

Palavras-chave: Empreendedorismo juvenil; Educação empreendedora; Marketing social; ONG; Junior Achievement

SOCIAL MARKETING AND ENTREPRENEURIAL EDUCATION: THE CASE OF JUNIOR ACHIEVEMENT

Abstract:

Junior Achievement Portugal (JAP) is a nonprofit organization dedicated to developing entrepreneurial and financial education among youth through active, experiential learning approaches. This case examines the “A Empresa” program, in which students create mini-companies and engage in real-world management and innovation processes. The analysis presents the program’s objectives, target audience, social marketing strategies, and the role of corporate partners in sustaining the initiative. It also highlights how the program strengthens the connection between schools and the labor market, supporting essential skill-building among young participants. Finally, the case discusses impacts, scalability challenges, sustainability issues, and the need for stronger long-term impact evaluation.

Keywords: Youth entrepreneurship; Entrepreneurial education; Social marketing; Nonprofit organizations; Junior Achievement.

1. Introdução

A Junior Achievement Portugal (JAP) (Figura 1) é uma organização não lucrativa fundada em 2005, integrada na rede global Junior Achievement Worldwide, presente em mais de 100 países. A sua missão central consiste em preparar crianças e jovens para os desafios económicos e profissionais do século XXI, promovendo a educação empreendedora, literacia financeira e competências para o mercado de trabalho. A JAP estabelece uma rede colaborativa entre escolas, empresas e voluntários, proporcionando experiências práticas; essa articulação permite que os jovens compreendam melhor o funcionamento do mercado de trabalho, enquanto desenvolvem competências para inovação social.

O contexto europeu contemporâneo valoriza fortemente a educação empreendedora como ferramenta de desenvolvimento pessoal, social e económico. Nesse sentido, a JAP posiciona-se como uma referência nacional na promoção de programas que estimulam a autonomia, a criatividade e a capacidade de resolução de problemas entre os estudantes do ensino secundário. A “Empresa” é um programa central da JAP, no qual estudantes desenvolvem miniempresas, exercitando funções em múltiplas áreas de gestão e marketing, o que favorece a aplicação prática de conceitos teóricos.

O programa visa desenvolver competências empreendedoras e socioemocionais, estimular a autonomia e criatividade, promover literacia financeira e proporcionar aos jovens experiências que os aproximem do mercado de trabalho, reforçando a conexão entre escolas e empresas.

Figura 1 – Página inicial do site oficial da Junior Achievement Portugal



Fonte: JAP – Site oficial

A JAP utiliza metodologias ativamente experienciais, isto é, abordagens pedagógicas que colocam o estudante no centro do processo, promovendo aprendizagem através da ação, da experimentação e da reflexão sobre problemas reais. Baseadas no princípio *learning by doing*, essas metodologias permitem que os participantes vivenciem desafios concretos, tomem decisões e analisem as consequências das suas escolhas. Nesse enquadramento, o programa integra atividades como simulações de mercado, mentorias corporativas, trabalho em equipe e avaliações contínuas. A atuação é reforçada por parcerias estratégicas com empresas como EDP, Microsoft, Santander e

WiZink, que oferecem recursos financeiros, apoio técnico e voluntariado qualificado, fortalecendo a sustentabilidade e a qualidade do programa (Figura 2 e Quadro 1).

Figura 2 – Atividades da JAP



Fonte: JAP – Site oficial

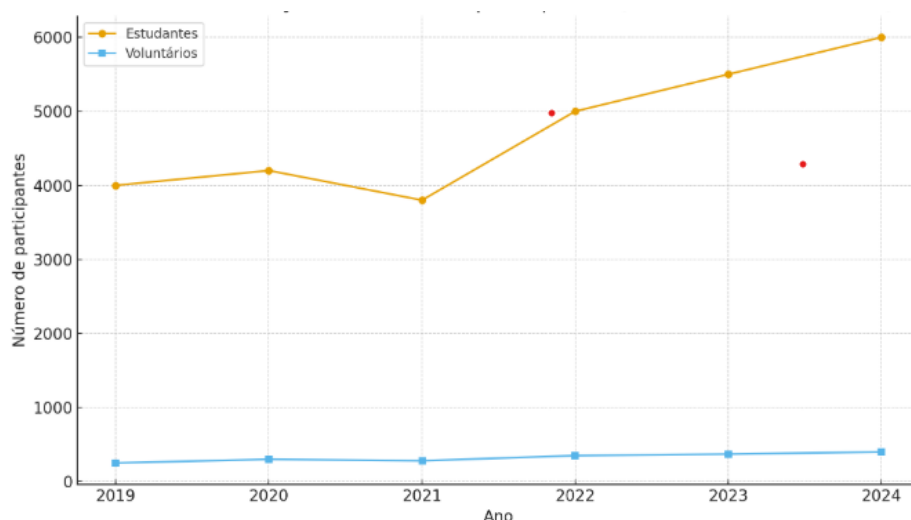
Quadro 1 – Principais empresas parceiras e contribuições

Empresa	Tipo de contribuição	Exemplos de atividades
EDP	Mentoria e patrocínio	Workshops de inovação e energia
Microsoft	Apoio tecnológico	Plataformas digitais e software
Santander	Finanças e mentoring	Simulações de investimento
WiZink	Voluntariado corporativo	Mentoria e acompanhamento de projetos

Fonte: Elaboração própria com base em informações do site da JAP.

O programa “A Empresa” contribui para a formação de competências socioemocionais, empreendedorismo juvenil e aproximação entre escolas e mercado de trabalho. Em 2024, a iniciativa mobilizou mais de 6.000 estudantes e 400 voluntários, promovendo autoconfiança, liderança, pensamento crítico e resiliência (Gráfico 1). No entanto, desafios persistem, como desigualdade territorial na implementação, dependência de financiamento privado e necessidade de estudos longitudinais para avaliar impactos a longo prazo.

Gráfico 1 – Evolução do número de participantes (estudantes e voluntários)



Fonte: Relatórios anuais da JAP..

2. Desenvolvimento do caso – O Programa “A Empresa”

2.1. Contexto e objetivos

O programa “A Empresa” da Junior Achievement Portugal (JAP) constitui uma experiência educativa inovadora, na qual estudantes do ensino secundário criam e gerem miniempresas ao longo do ano letivo, assumindo funções em gestão, marketing, produção, finanças e recursos humanos (JAP, 2024). A iniciativa simula todas as etapas de um negócio real, incluindo captação de investimento, desenvolvimento de produto, contacto com clientes e apresentação de resultados em competições nacionais e internacionais (Huber, Sloof & Van Praag, 2014).

O público-alvo inclui estudantes entre 15 e 18 anos, professores e voluntários corporativos, criando uma rede colaborativa que aproxima os jovens do mercado de trabalho. O programa promove o desenvolvimento de competências empreendedoras e socioemocionais, tais como liderança, resiliência, capacidade de resolução de problemas e trabalho em equipa (Chaves & Parente, 2011). Os objetivos centrais do programa incluem o estímulo à autonomia, criatividade e capacidade de inovação, a promoção da literacia financeira e compreensão das dinâmicas económicas, assim como a aproximação dos jovens ao mercado de trabalho, reforçando a ligação entre escolas, empresas e sociedade civil.

A promoção dessas competências é apoiada por estratégias de marketing social, que estimulam comportamentos empreendedores voluntários, envolvem professores, empresas e voluntários como agentes multiplicadores e comunicam ativamente os resultados, por meio de canais digitais, eventos públicos e workshops (Quadro 2). Narrativas de jovens empreendedores bem-sucedidos reforçam o impacto social e a inspiração dos participantes (Kotler & Lee, 2005).

Quadro 2 – Objetivos e estratégias do programa “A Empresa”

Objetivos	Estratégias de implementação
Desenvolvimento de competências empreendedoras e socioemocionais	Learning by doing, simulações de mercado, projetos reais
Estímulo à autonomia e criatividade	Trabalho em equipa, mentoria corporativa, desenvolvimento de produto

Promoção da literacia financeira	Gestão financeira das miniempresas, simulações de investimento
Aproximação ao mercado de trabalho	Contato com empresas, eventos de networking e mentorias
Impacto social e comunicação	Eventos públicos, campanhas digitais, histórias inspiradoras

Fonte: Elaboração própria com base em informações do site da Junior Achievement Portugal (JAP, 2023/2024).

2.2. Metodologia aplicada

A JAP adota a metodologia *learning by doing*, colocando os estudantes como protagonistas do processo de aprendizagem e permitindo que desenvolvam competências por meio de experiências práticas (Gibb, 2002; Fayolle & Gailly, 2008). O programa combina atividades como simulações de mercado, definição de estratégias de venda, precificação e negociação, além do acompanhamento de mentores corporativos de empresas parceiras.

O trabalho em equipa é um elemento central, pois cada miniempresa opera como uma unidade autónoma, incentivando liderança, colaboração e responsabilidade. As avaliações são contínuas, realizadas por meio de apresentações de resultados, relatórios financeiros e feedback estruturado, enquanto eventos de networking promovem interação direta com empresários e investidores, ampliando a aprendizagem prática.

A colaboração com empresas parceiras oferece recursos financeiros, suporte técnico e voluntariado especializado, garantindo não apenas a viabilidade do programa, mas também a qualidade pedagógica e a possibilidade de adaptação às necessidades atuais dos estudantes, contribuindo ainda para a expansão territorial da iniciativa.

2.3. Resultados e impactos

Em 2024, o programa envolveu mais de 6.000 estudantes e 400 voluntários (JAP, 2024). Os resultados indicam que os participantes desenvolvem competências empreendedoras, como planeamento estratégico, tomada de decisão e gestão de risco, bem como habilidades socioemocionais, incluindo liderança, autoconfiança e resiliência, evidenciando a eficácia da abordagem experiencial.

O programa favorece a aproximação ao mercado de trabalho, com contato direto com empresas, mentoria e experiências práticas. Além disso, estimula inovação e criatividade, permitindo aos jovens desenvolver produtos e serviços originais, e reforça cidadania ativa dentro do ambiente escolar.

Persistem, porém, desafios estruturais: a implementação apresenta desigualdade territorial, concentrando-se em zonas urbanas, e a dependência de financiamento privado pode comprometer a sustentabilidade a longo prazo. A ausência de estudos longitudinais dificulta a avaliação do impacto real nas trajetórias académicas e profissionais dos participantes (Góis, 2021; Morgado et al., 2015).

2.4. Conexão com políticas públicas e marketing social

O programa insere-se num contexto europeu e nacional que valoriza a educação empreendedora como instrumento de inovação social e desenvolvimento económico (European Commission, 2021; OCDE, 2020). Ao articular escolas, empresas e voluntários, a JAP aplica princípios de

marketing social, buscando promover mudança comportamental voluntária, sensibilizando os jovens para atitudes responsáveis, autonomia e criatividade (Kotler & Roberto, 1989).

A atuação da JAP complementa políticas públicas portuguesas, como o Plano Nacional de Educação para o Empreendedorismo (PNEE), StartUP Portugal e INCoDe.2030, reforçando a integração entre educação formal, inovação social e preparação profissional (Portugal Inovação Social, 2020). Dessa forma, o programa contribui para uma abordagem de educação empreendedora integrada, alinhada com os objetivos de desenvolvimento sustentável, especialmente o ODS 8 da Agenda 2030, que promove trabalho digno e crescimento económico inclusivo.

2.5. Evidências internacionais e boas práticas

O modelo metodológico da JAP encontra paralelo em experiências internacionais consolidadas, como os programas da Junior Achievement Worldwide, Young Enterprise (Reino Unido) e iniciativas em países nórdicos (Johansen & Schanke, 2013; Johansen & Somby, 2017). Estudos internacionais demonstram que programas estruturados de aprendizagem experiencial aumentam significativamente a intenção empreendedora, a autoconfiança e a capacidade de resolução de problemas dos jovens.

A participação em programas de minipresas favorece a liderança, o pensamento crítico e a autonomia, enquanto a interação com o setor privado, através de mentoria e desafios reais, reforça os resultados positivos. Estas evidências confirmam que a metodologia *learning by doing* e a abordagem de integração escola-empresa adotadas pela JAP são consistentes com práticas educativas de sucesso em diferentes contextos internacionais, oferecendo um modelo de referência para outras iniciativas de empreendedorismo juvenil (Huber, Sloof & Van Praag, 2014; Fayolle & Gailly, 2008).

A Junior Achievement Portugal representa um exemplo consolidado de articulação entre educação empreendedora, marketing social e parcerias institucionais, com impacto comprovado no desenvolvimento de competências essenciais para o século XXI, preparando os jovens para desafios académicos, profissionais e sociais.

3. Discussão

1. De que forma a junior Achievement Portugal contribui para o desenvolvimento de competências empreendedoras nos jovens?

A JAP tem desempenhado um papel determinante ao implementar metodologias baseadas no aprender fazendo, permitindo aos jovens desenvolver competências como criatividade, autonomia, liderança e pensamento crítico. Essas abordagens, reconhecidas na literatura como essenciais para a aprendizagem empreendedora, reforçam a capacidade dos jovens para enfrentar desafios reais de mercado (Gibb, 2002; Fayolle & Gailly, 2008). Embora os programas da JAP demonstrem eficácia, o impacto varia conforme o nível de envolvimento das escolas e a continuidade das atividades um ponto que ainda carece de monitorização longitudinal.

2. Qual o impacto da JAP na ligação entre escolas e o setor empresarial?

A JAP funciona como um elo estratégico entre instituições educativas e empresas, estimulando a aproximação dos estudantes ao mundo do trabalho através de mentoria, voluntariado e desafios reais Morgado, et, al. (2015). Essa articulação constitui uma das maiores forças da organização, mas também revela fragilidades a dependência de empresas parceiras limita a abrangência territorial e a estabilidade dos programas, tornando indispensável diversificar fontes de apoio.

3. Quais são os principais desafios enfrentados pela JAP na expansão dos seus programas?

A organização enfrenta obstáculos estruturais, como a desigual distribuição geográfica dos seus programas, a dependência de financiamento privado e a dificuldade de integração plena nos currículos escolares portugueses (GEM Portugal, 2016). Estes desafios sugerem que o impacto da JAP permanece concentrado nas zonas urbanas e mais desenvolvidas, criando um desequilíbrio de acesso às oportunidades empreendedoras entre jovens de diferentes realidades socioeconómicas.

4. Os programas da JAP têm impacto mensurável na intenção empreendedora dos jovens?

Evidências internacionais demonstram que programas estruturados de educação empreendedora aumentam significativamente a intenção empreendedora, a autoconfiança e a capacidade de resolução de problemas dos jovens Morgado, et, al. (2015). Apesar de resultados positivos apresentados pela JAP, em Portugal ainda são escassos os estudos longitudinais que avaliem o impacto real ao longo da vida académica e profissional dos participantes. Faltam dados que permitam medir a criação efetiva de negócios e a evolução das competências no longo prazo.

5. Qual a importância da ação das ONGs, como a JAP, no reforço da cidadania e da inclusão social?

As ONGs desempenham um papel central na promoção da educação inclusiva, da cidadania ativa e da inovação social, atuando onde as políticas públicas não chegam (Chaves & Parente, 2011). A JAP, ao desenvolver competências socioemocionais e empreendedoras, contribui diretamente para a inclusão social e para a formação de jovens mais preparados para enfrentar incertezas e desigualdades. Todavia, a sua capacidade de gerar impacto social sustentável depende do fortalecimento das redes de colaboração entre estado, empresas e sociedade civil, bem como da avaliação contínua dos programas.

Para Silva (2014) contudo, a análise crítica do caso evidencia desafios estruturais. A cobertura da JAP ainda é desigual, concentrando-se sobretudo em áreas urbanas, o que reflete limitações de recursos humanos e financeiros. Este ponto está em sintonia com a literatura que aponta que muitas ONGs enfrentam dificuldades em expandir seus serviços para regiões periféricas ou rurais devido à dependência de financiamento privado.

Além disso, a integração das atividades da JAP no sistema educativo nacional continua a ser um desafio, uma vez que os currículos escolares portugueses mantêm uma estrutura tradicional, pouco flexível à introdução de conteúdos de educação empreendedora (GEM Portugal, 2016).

Outro aspeto importante é a sustentabilidade do impacto. Embora haja evidências qualitativas de que os programas influenciam positivamente competências empreendedoras, faltam estudos longitudinais que acompanhem os jovens participantes ao longo do tempo para verificar o impacto em suas trajetórias profissionais. Este ponto é destacado por diversos autores que defendem a necessidade de métricas robustas para avaliar a eficácia da educação empreendedora (GEM Portugal, 2016).

Apesar desses desafios, a Junior Achievement Portugal destaca-se como uma das poucas ONGs portuguesas com reconhecimento internacional e capacidade de mobilizar empresas, escolas e voluntários em torno de uma agenda comum a preparação dos jovens para um futuro marcado pela inovação e pelo empreendedorismo (Morgado et, al. 2015). Essa articulação entre o setor privado e a educação pública constitui uma boa prática de colaboração intersectorial, servindo de modelo para outras iniciativas de empreendedorismo juvenil em Portugal.

4. Conclusões

O presente estudo teve como objetivo analisar de que forma a Junior Achievement Portugal (JAP)

contribui para a promoção do empreendedorismo juvenil, identificando os principais programas desenvolvidos, resultados obtidos e desafios enfrentados pela organização. A partir da revisão bibliográfica e documental, foi possível observar que a JAP desempenha um papel estratégico no ecossistema de educação empreendedora em Portugal, ao introduzir metodologias inovadoras de ensino e aproximar o setor privado das instituições de ensino.

Os autores consideram que a metodologia *learning by doing* adotada pela JAP é uma prática inovadora e exemplar, permitindo que os jovens desenvolvam competências essenciais como autonomia, criatividade, liderança e pensamento crítico (Gibb, 2002; Fayolle & Gailly, 2008). Além disso, a capacidade da organização de mobilizar escolas, empresas e voluntários demonstra uma sólida articulação intersectorial, fortalecendo o impacto social e educacional dos programas. Este modelo é considerado relevante e oportuno, pois oferece experiências práticas que complementam o ensino formal, preparando os jovens para enfrentar desafios do mercado de trabalho e da sociedade contemporânea.

Apesar do impacto positivo, o estudo identificou limitações estruturais que merecem atenção. A cobertura geográfica ainda é desigual, concentrando-se em áreas urbanas, e a dependência de financiamento privado coloca em risco a sustentabilidade a longo prazo. Além disso, a integração dos programas nos currículos escolares formais continua limitada e a ausência de estudos longitudinais dificulta a avaliação completa do impacto das ações da JAP sobre trajetórias profissionais e empreendedoras.

A ampliação da cobertura territorial dos programas revela-se uma sugestão essencial, sobretudo porque a atuação da JAP ainda se concentra em áreas urbanas. Expandir as iniciativas para regiões periféricas e rurais permitiria alcançar jovens que, frequentemente, têm menos acesso a oportunidades educativas e formativas, promovendo assim maior inclusão e equidade no acesso às competências empreendedoras. Além disso, recomenda-se diversificar as fontes de financiamento, reduzindo a dependência de parceiros privados por meio da captação de recursos públicos, fundos internacionais e iniciativas comunitárias. É também importante implementar estudos longitudinais que permitam monitorar o impacto dos programas a médio e longo prazo, fornecendo dados consistentes para seu aprimoramento contínuo. Por fim, a integração da educação empreendedora aos currículos formais, em articulação com políticas públicas de educação e inovação social, pode assegurar que o desenvolvimento de competências empreendedoras faça parte da formação escolar de maneira estruturada e sustentável.

A escolha do caso da JAP se justifica pelo seu reconhecimento nacional e internacional, ilustrando a aplicação prática de estratégias de marketing social em contextos educativos e sem fins lucrativos, ao mesmo tempo em que fomenta competências empreendedoras e cidadania ativa entre os jovens. A análise do caso permite explorar de forma prática a interação entre teoria e prática no campo da educação empreendedora, evidenciando boas práticas e oportunidades de melhoria.

De forma geral, a JAP consolida-se como uma organização relevante para a promoção do empreendedorismo juvenil em Portugal, representando um caso de sucesso em colaboração intersectorial e integração de práticas inovadoras de ensino. O estudo reforça a necessidade de políticas públicas e estratégias de investimento social que apoiem iniciativas como a JAP, garantindo que mais jovens tenham acesso a oportunidades de formação empreendedora em todo o território nacional, promovendo inclusão social, autonomia e desenvolvimento de competências essenciais para o século XXI.

Bibliografia

- Chaves, R. R., & Parente, C. (2011). O empreendedorismo na escola e o paradigma das competências: O caso da Junior Achievement Portugal. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 67, 65–84. Recuperado em 22 de nov. 2025 de <https://revistas.rcaap.pt/spp/article/view/1716>
- Comissão Europeia / European Commission. (2021). *Entrepreneurship Action Plan 2020: Reigniting the Entrepreneurial Spirit in Europe*. Bruxelas: European Union. Recuperado em 29 de out. 2025 de https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/entrepreneurship/action-plan_en
- EDP. (2024). *Braço Direito – Um dia no teu futuro*. Recuperado em 10 de nov. 2025 de <https://www.edp.com/pt-pt/pessoas/voluntariado/braco-direito-um-dia-no-teu-futuro>
- Elert, N., Andersson, F. W., & Wennberg, K. (2015). The impact of entrepreneurship education in high school on long-term entrepreneurial performance. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 111, 209–223. Recuperado em 22 de nov. 2025 <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2014.12.020>
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593. Recuperado em 22 de nov. 2025 <https://doi.org/10.1108/03090590810899838>
- Fundação Vasco Vieira de Almeida. (2023). *Projetos e parcerias educativas*. Recuperado em 29 de out. 2025 de <https://www.vda.pt/pt/fundacao-vda/>
- Fundação Vasco Vieira de Almeida. (2023). *Relatório de Atividades JAP*. Lisboa.
- GEM Portugal. (2016). *Estudo de avaliação sobre as dinâmicas empreendedoras em Portugal*. Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI) / ISCTE-IUL. Recuperado em 05 de nov. 2025 de [GEM Portugal 2016 Report.pdf](https://www.gem.pt/pt/estudo-de-avaliacao-sobre-as-dinamicas-empreendedoras-em-portugal)
- Gibb, A. (2002). In pursuit of a new “enterprise” and “entrepreneurship” paradigm for learning. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233–269. Recuperado em 05 de nov. 2025 de <https://doi.org/10.1111/1468-2370.00086>
- Góis, P. (2021). *Migração, fuga de cérebros e políticas públicas em Portugal*. Lisboa: Observatório das Migrações.
- Huber, L. R., Sloof, R., & Van Praag, M. (2014). The effect of early entrepreneurship education: Evidence from a randomized field experiment. *IZA Discussion Paper*. Recuperado em 05 de nov. 2025 de <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/109128/1/821470973.pdf>
- Johansen, V., & Schanke, T. (2013). Entrepreneurship education in Nordic countries. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 20(3), 388–403. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2013.056459>
- Junior Achievement Portugal. (2023). *Relatório Anual de Atividades*. Recuperado em 16 de nov. 2025 de <https://www.japortugal.org>
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Nova Iorque: John Wiley & Sons. Recuperado em 30 de out. 2025 de <https://www.wiley.com/en-us/Corporate+Social+Responsibility%3A+Doing+the+Most+Good+for+Your+Company+and+Your+Cause-p-9780471476115>
- Kotler, P., & Roberto, E. L. (1989). *Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior*. Nova Iorque: The Free Press. Recuperado em 05 de nov. 2025 de <https://archive.org/details/socialmarketing00kotl>
- Microsoft Portugal. (2023). *Programas de educação e literacia digital*. Recuperado em 30 de out. 2025 de <https://news.microsoft.com/pt-pt/tag/educacao/>
- Morgado, A., Silva, R., & Fernandes, P. (2015). *Educação empreendedora em Portugal: Impactos e desafios*. Lisboa: GEM Portugal.

- OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico. (2020). *Youth Entrepreneurship Support Policies*. Paris: OECD Publishing. Recuperado em 29 de out. 2025 de <https://www.oecd.org/cfe/leed/youth-entrepreneurship-policies.htm>
- Portugal Inovação Social. (2020). *Estratégia Nacional para a Inovação e o Empreendedorismo Social*. Lisboa.
- Santander Portugal. (2023). *Educação financeira e impacto social*. Recuperado em 10 de nov. 2025 de <https://www.santander.pt/institucional/sustentabilidade/educacao-financeira>
- Silva, C. (2014). *Promoção do empreendedorismo: impacto dos programas da Junior Achievement Portugal*. Universidade Católica Portuguesa. Recuperado em 05 de nov. 2025 de <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/14769>
- Somby, H. M., & Johansen, V. (2017). Entrepreneurship education for pupils with special needs. *European Journal of Special Needs Education*, 32(2), 213–227. Recuperado em 05 de nov. 2025 de <https://doi.org/10.1080/08856257.2016.1223398>
- WiZink Portugal. (2023). *Responsabilidade social e voluntariado*. Recuperado em 10 de nov. 2025 de <https://www.wizink.pt/sobre-nos/responsabilidade-social>.