



III *Sustentare* – Seminários de Sustentabilidade da PUC-Campinas  
VI WIPIS – Workshop Internacional de Pesquisa em Indicadores de Sustentabilidade  
16 a 18 de novembro de 2021

## SUSTENTABILIDADE E NEGÓCIOS ELETRÔNICOS: RELATO DE EXPERIÊNCIA NO ENSINO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO

Rodrigo Hipólito Roza, Professor da Faculdade de Administração da PUC Campinas,  
[rodrigo.roza@puc-campinas.edu.br](mailto:rodrigo.roza@puc-campinas.edu.br)

Cibele Roberta Sugahara, Professora e Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Sustentabilidade e da Faculdade de Administração da PUC Campinas,  
[cibelesu@puc-campinas.edu.br](mailto:cibelesu@puc-campinas.edu.br)

### Resumo

O objetivo deste artigo foi apresentar e discutir a experiência de introdução do tema sustentabilidade em uma disciplina de negócios em ambientes virtuais, de um curso superior de Administração. Para tanto, o estudo contemplou a análise de duas situações-problemas sobre negócios eletrônicos e sustentabilidade, aplicadas a equipes de alunos de um curso de Administração. O estudo foi aplicado do ponto de sua natureza, qualitativo do ponto de vista da abordagem do problema e exploratório quanto a seus objetivos. Os resultados mostraram que a abordagem do tema sustentabilidade na disciplina permitiu que os alunos passassem a considerar a sustentabilidade na concepção de negócios eletrônicos, abrangendo suas dimensões econômica, ambiental e social.

**Palavras-chave:** sustentabilidade, gestão sustentável, desenvolvimento sustentável, negócio eletrônico, comércio eletrônico.

### 1. Introdução

A sustentabilidade tem sido cada vez mais considerada pelas organizações no planejamento e na condução de seus negócios. Assim, as organizações deixam de ter um enfoque quase que exclusivamente voltado ao lucro, para se preocuparem também com outros aspectos, como questões ambientais e sociais.

Neste sentido, novos e inovadores modelos de negócios são criados. Dentre estes modelos, encontram-se os negócios eletrônicos, que se apoiam nas denominadas Tecnologias da Informação e Comunicação, TICs (ROZA, 2017, 2020). Lojas virtuais, intermediários de negócios e *e-marketplaces* são alguns exemplos de categorias de modelos de negócios amplamente disseminados no mercado digital.

Diante desta realidade, constata-se a importância de uma formação acadêmica que contemple o estudo da sustentabilidade em suas múltiplas dimensões e sua aplicação na concepção de novos modelos de negócios.

O objetivo do presente artigo é apresentar e discutir a experiência de introdução do tema sustentabilidade em uma disciplina de negócios em ambientes virtuais, ministrada em um curso superior de administração. Busca-se, deste modo, contribuir com o debate sobre a formação de futuros profissionais aptos a pensar, conceber e gerir negócios eletrônicos de forma sustentável.



III *Sustentare* – Seminários de Sustentabilidade da PUC-Campinas  
VI WIPIS – Workshop Internacional de Pesquisa em Indicadores de Sustentabilidade  
16 a 18 de novembro de 2021

## 2. Fundamentação teórica

### 2.1. Negócios eletrônicos

Os negócios eletrônicos, também conhecidos como *e-business*, revolucionaram a forma de se fazer negócios (AMOR, 2000). Na atualidade, vários tipos de negócios eletrônicos estão largamente disseminados e consolidados, como o *e-commerce*, o *e-banking* e o *e-learning*, por exemplo.

O comércio eletrônico corresponde ao processo de compra, venda ou troca tanto de produtos e serviços como de informações, por meio de redes de computadores ou pela *internet* (TURBAN; KING, 2004), sendo este último o meio mais comumente empregado na atualidade. Para Limeira (2007), o comércio eletrônico envolve as negociações feitas por meio da *internet*, tanto de produtos e serviços, que podem ser físicos ou digitais. Os produtos e serviços físicos são entregues *off-line*, ao passo que produtos digitais, como os *softwares*, por exemplo, são entregues pela própria *internet*.

Diversos tipos de comércio eletrônico são mencionados na literatura (ALBERTIN, 2010; CHAFFEY, 2014). Alguns citados com bastante frequência são: *Business to Business* (B2B), *Business to Consumer* (B2C), *Business to Government* (B2G), *Consumer to Business* (C2B), *Consumer to Government* (C2G), *Consumer to Consumer* (C2C), *Government to Business* (G2B), *Government to Consumer* (G2C), *Government to Government* (G2G). Neles, estabelece-se uma relação comercial, em sentido amplo, entre empresas, consumidores e governo.

Ainda no contexto do ambiente virtual, é possível identificar diferentes categorias de modelos de negócios. Turban e King (2004) apontam duas grandes categorias por meio de uma analogia: a categoria de *click* e a categoria de *click* e cimento. A primeira refere-se aos negócios que são apenas virtuais. A segunda, por sua vez, diz respeito a negócios que são tanto físicos como virtuais.

Já Limeira (2007) prefere detalhar um pouco mais as categorias de modelos de negócio. Neste sentido, destaca as lojas virtuais, intermediários de negócios (ou *brokers*), infomediários, avalistas de confiança, capacitadoras de e-business, e provedores de infraestrutura (ou *e-marketplaces*).

Basicamente, as lojas virtuais concentra-se na venda de produtos, serviços ou informação que possuem, pela *internet*. Os intermediários de negócios facilitam as transações comerciais através da aproximação de compradores e vendedores. Os infomediários também são intermediários, assim como os *brokers*, mas diferentemente destes, intermediam a distribuição e venda de conteúdos, como informações, músicas e jogos.

Já as capacitadoras de *e-business* possuem uma infraestrutura que permite que outras organizações possam negociar seus produtos e serviços. Como exemplo de capacitadoras de *e-businesses*, é possível mencionar organizações de serviços logísticos. Por fim, os provedores de infraestrutura, ou *e-marketplaces* como são bastante conhecidos, agregam comunidades de interesse em uma mesma infraestrutura por meio da *internet*.



III *Sustentare* – Seminários de Sustentabilidade da PUC-Campinas  
VI WIPIS – Workshop Internacional de Pesquisa em Indicadores de Sustentabilidade  
16 a 18 de novembro de 2021

## 2.2. Sustentabilidade

De acordo com Nascimento (2012), a construção do conceito de sustentabilidade possui duas origens. A primeira no campo da biologia, mais especificamente na ecologia, e a segunda no âmbito da economia. No âmbito da economia, em particular, observa-se que o termo sustentabilidade aparece associado à palavra desenvolvimento.

Segundo o Relatório de Brundtland (WCED, 1987), desenvolvimento sustentável diz respeito a atender às necessidades do presente sem, no entanto, comprometer a possibilidade de que as futuras gerações também possam atender às suas próprias necessidades. Conforme apontam Sugahara e Rodrigues (2019), este relatório ampara o corpus do conceito de desenvolvimento sustentável.

Veiga (2005) reforça a necessidade de discutir acerca do crescimento da população e da produção na busca de soluções para que a humanidade não ultrapasse a capacidade de regeneração dos recursos naturais.

De Benedicto et al. (2020) destacam a sustentabilidade como principal desafio da humanidade. Os autores apontam a importância de compreendê-la de forma interdisciplinar, em oposição a abordagens que tratam as dimensões, os conceitos ou as práticas de sustentabilidade de modo disciplinar e isolado.

No contexto organizacional, é possível destacar a abordagem o *triple bottom line*, ou tripé da sustentabilidade (ELKINGTON, 1997). Essencialmente, o tripé da sustentabilidade considera as dimensões ambiental, social e econômica, o que permite expandir a visão restritiva de modelo de negócio voltado apenas ao lucro.

Conforme apontado por Savitz e Weber (2007), o conceito de sustentabilidade induz as organizações a adotarem um novo modelo de gestão de negócios, que considere também as dimensões social e ambiental, além da dimensão econômica. Assim, a empresa sustentável busca gerar lucro aos acionistas, bem como proteger o meio ambiente e melhorar a vida das pessoas com que interage.

## 3. Metodologia

O presente estudo traz um relato de experiência sobre o ensino de sustentabilidade em uma disciplina de negócios em ambientes virtuais, ministrada em um curso superior de administração. Do ponto de vista da abordagem do problema, o estudo é qualitativo. Já do ponto de vista de sua natureza, a pesquisa é aplicada, pois busca gerar conhecimento para aplicação prática no ensino sobre sustentabilidade no contexto de negócios eletrônicos.

Sob a ótica dos seus objetivos, a pesquisa é exploratória (GIL, 2019), pois tem o propósito de aumentar a familiaridade com o tema, explorando experiências envolvendo o ensino sobre negócios eletrônicos e sustentabilidade, que permitam tornar o problema de pesquisa mais explícito e construir hipóteses.

Para condução deste estudo, foram selecionadas duas situações-problema sobre negócios eletrônicos que consideram de forma explícita a sustentabilidade. As situações foram submetidas às equipes de alunos, desafiando-os a elaborar propostas de negócios eletrônicos



III *Sustentare* – Seminários de Sustentabilidade da PUC-Campinas  
VI WIPIS – Workshop Internacional de Pesquisa em Indicadores de Sustentabilidade  
16 a 18 de novembro de 2021

que levassem em conta a sustentabilidade. A primeira situação-problema selecionada teve como premissa a sustentabilidade e a inovação. A segunda situação-problema, por sua vez, foi mais específica, voltando-se para o empreendedorismo no setor de alimentos sob a perspectiva da sustentabilidade.

#### 4. Resultados

Conforme descrito na metodologia deste estudo, a partir de duas situações-problema previamente selecionadas, grupos de alunos foram desafiados a propor negócios eletrônicos que levassem em conta a sustentabilidade. A seguir, são apresentadas e discutidas as duas situações-problema selecionadas.

##### Situação-problema 1:

A perspectiva da sustentabilidade põe em discussão nosso atual modelo de desenvolvimento. Nos próximos decênios, deveremos ser capazes de passar de uma sociedade em que o bem-estar e a saúde econômica, que hoje são medidos em termos de crescimento da produção e do consumo de matéria-prima, para uma sociedade em que seja possível viver melhor consumindo (muito) menos e desenvolver a economia reduzindo a produção de produtos materiais.

É muito difícil prever como essa passagem de um estado para outro poderá acontecer. É certo, porém, que será verificada uma descontinuidade que atingirá todas as dimensões do sistema: a dimensão física (os fluxos de matéria e energia), mas também a econômica e social (as relações entre os atores sociais), além da dimensão ética, estética e cultural (os critérios de valor e os juízos de qualidade que socialmente legitimam o sistema). Também é certo, portanto, que o que nos aguarda é uma longa fase de transição. Aliás, podemos dizer que a transição já começou e que se trata de promover a sua gestão procurando minimizar os riscos e aumentar as oportunidades.

(Texto adaptado do ENADE 2012 baseado em MANZINI, E.; VEZZOLI, C. O desenvolvimento de produtos sustentáveis. São Paulo: EdUSP, 2002. p. 31-32).

O grau de desenvolvimento de uma comunidade se mede, entre outras coisas, pela qualidade de vida de seus membros, pelo acesso a serviços públicos de excelência e pelo grau de consumo que representa o atendimento a necessidades essenciais e benefícios que sejam incorporados na vida social. Por isso, a sustentabilidade é um tema que vem ganhando grandes proporções quando se discute desenvolvimento e os diversos problemas que a sociedade vem enfrentando.

Em seu tripé, formado pelos aspectos ambientais, econômicas e sociais, a sustentabilidade vem ocupando seu espaço na sociedade por meio de inúmeras ações, tais como: reciclagem e reutilização de insumos e produtos; locação ou compartilhamento de eletrodomésticos, bicicletas e automóveis; financiamento coletivo (*crowdfunding*), implantação de programas voltados para a inclusão social, principalmente de pessoas portadoras de necessidades especiais; qualificação profissional de jovens através, principalmente, de cursos gratuitos de língua estrangeira, informática etc.; adoção de sistemas educacionais que levem informações sobre a importância da preservação ambiental para



III *Sustentare* – Seminários de Sustentabilidade da PUC-Campinas  
VI WIPIS – Workshop Internacional de Pesquisa em Indicadores de Sustentabilidade  
16 a 18 de novembro de 2021

a sociedade, relacionando-a com a melhoria da qualidade de vida em seu espaço geográfico; consumo colaborativo etc. Todas essas iniciativas tomam força quando fazem uso de recursos do ambiente virtual (sites, aplicativos de *smartphones*, *blogs* etc.).

Desse modo, a partir do exposto acima, faz-se o seguinte desafio para o seu grupo: apresentar uma proposta fundamentada em uma gestão sustentável que necessariamente faça uso dos recursos e ferramentas do ambiente virtual (sites, aplicativos de *smartphones*, *blogs*, redes sociais eletrônicas etc.). A proposta deve ter como premissa a sustentabilidade e a inovação, seja na proposição de um novo tipo de negócio ou de melhoria significativa de algo já existente. Definir objetivos para a proposta, determinar o que fazer e como fazer são algumas das respostas, conceitualmente fundamentadas, que se espera obter junto aos especialistas, ou seja, vocês.

Situação-problema 2 (adaptada):

Um grupo de amigos estava conversando sobre o que iriam fazer quando terminasse a graduação em Administração, o que estava prestes a acontecer no final de 2018. Desde cedo, os amigos sempre discutiam a ideia de serem empreendedores, mas tinham consciência sobre a necessidade de um alto investimento, o que se representava um obstáculo para eles. No entanto, o grupo ficou animado em buscar o seu sonho depois que leu sobre o comércio eletrônico, que se configurava como uma opção que poderia exigir um investimento mais modesto. O grupo ficou ainda mais entusiasmado quando se deparou com algumas reportagens que saíram em uma revista de negócios, que indicava um caminho que eles sempre defendiam – o da sustentabilidade no setor de alimentos (indústria e/ou serviço). As reportagens tratavam do seguinte:

Indústria - Com consumidores em busca de uma vida mais saudável, o mercado assistiu a uma explosão de novos negócios que oferecem soluções diversas para esse público. São empresas que vendem desde alimentos orgânicos produzidos dentro de uma cadeia sustentável e ecológica até maneiras de dar vazão às frutas e verduras que estão prestes a estragar nas gôndolas dos supermercados.

A tangente que conecta inovação ao setor de alimentação foi um dos temas discutidos durante um evento promovido em São Paulo, no início de maio, pela organização sem fins lucrativos Hello Tomorrow, que apoia iniciativas que tornem a indústria de alimentos menos danosa ao planeta. O fórum “A Comida do Amanhã” reuniu especialistas e empreendedores num momento em que grandes empresas começam a se voltar para a questão do futuro da alimentação. A preocupação vem tanto por conta de uma demanda do mercado, já que o consumidor está mais preocupado com a origem dos alimentos, como por causa do futuro da indústria, que precisa garantir a preservação dos meios naturais para sobreviver.

“Da maneira que está, a indústria de alimentos é insustentável”, diz a professora da Fundação Getúlio Vargas e especialista em inovação, Luciana Hashiba. Para ela, a nova mentalidade de clientes e empresas a respeito da comida é – e tem de ser – definitiva. E a inovação é parte importante na criação de soluções que supram a demanda dos consumidores e as necessidades do meio ambiente. Hashiba afirma que “A inovação



III *Sustentare* – Seminários de Sustentabilidade da PUC-Campinas  
VI WIPIS – Workshop Internacional de Pesquisa em Indicadores de Sustentabilidade  
16 a 18 de novembro de 2021

não diz respeito apenas a novas tecnologias. Inovação é uma nova maneira de pensar, de encarar um problema” (PIRES, 2017).

As inovações de novos negócios dentro do setor chama a atenção de empresas, como o Carrefour. Durante o evento realizado pelo Hello Tomorrow, a varejista realizou um desafio para *startups* que oferecessem novos produtos, serviços e soluções que pudessem ser implementados em sua rede.

A empresa Mel de Cacau, uma das finalistas, por exemplo, é capaz de aproveitar a parte do cacau que não é utilizada na produção de chocolates para produzir suco. (PIRES, 2017).

Serviços – Pede Sabores - [...] startup lançada em maio de 2017, é um e-commerce de frutas, verduras e legumes que realiza serviço de delivery. Ao entrar no site, você pode escolher alguns kits de alimentos pré-selecionados, ou montar o seu desde o início. O Kit Solteiro, por exemplo, custa R\$ 70. Se o pedido for feito antes do meio dia, o cliente recebe a caixa em casa no mesmo dia (DUARTE, 2017).

Parcerias – Em 2011, cansados de panfletos de delivery, Felipe Fioravante e Patrick Sigrist criaram o site iFood, que seria uma evolução do Disk Cook para o mundo digital. No ano seguinte, o site de pedidos de comida foi parar nos celulares e o iFood encontrou seu lugar no mercado. [...] Hoje, a plataforma está em mais de 100 cidades, conta com 10 mil restaurantes e processa 1,5 milhão de pedidos ao mês [...] (PEGN, 2016).

Depois da leitura, o grupo realmente ficou muito animado e os alunos decidiram que iriam empreender um negócio no setor de alimentos sob a perspectiva da sustentabilidade. Eles também vão fazer uso do comércio eletrônico para o negócio. O que poderiam propor que pudesse ser diferenciado no mercado?

A primeira situação (Situação-problema 1) questionou, como ponto de partida, o atual modelo de desenvolvimento. Assim, sob a ótica da sustentabilidade, enfatizou a necessidade de uma transição de um modelo econômico cujo sucesso é medido em termos de produção e consumo para um modelo em que há redução da produção de bens materiais. Esta transição não é rápida e nem simples, pois seus impactos afetam múltiplas dimensões além da dimensão econômica.

Nesta linha de raciocínio, foi introduzido o conceito de tripé da sustentabilidade, composto pelas dimensões ambiental, econômica e social. Desse modo, os grupos foram despertados a pesquisar mais sobre o *triple bottom line* (ELKINGTON, 1997) e aprofundar seus conhecimentos sobre sustentabilidade (WCED, 1987), tendo em vista sua aplicação na proposição de negócios eletrônicos.

Já a segunda situação (Situação-problema 2) partiu do conceito de empreendedorismo. Destacou a questão do alto investimento que determinadas ações empreendedoras podem exigir, representando uma barreira ao novo empreendedor. Contudo, mostrou o comércio eletrônico (ALBERTIN, 2010; CHAFFEY, 2014) como uma alternativa para iniciar um novo negócio com investimentos relativamente menores. Neste contexto, a situação-problema chamou a





III *Sustentare* – Seminários de Sustentabilidade da PUC-Campinas  
VI WIPIS – Workshop Internacional de Pesquisa em Indicadores de Sustentabilidade  
16 a 18 de novembro de 2021

ram uma concepção, do senso comum, de que sustentabilidade relaciona-se apenas a aspectos ambientais. Porém, durante o desenvolvimento das atividades acadêmicas, propostas na situação-problema, expandiram suas compreensões para as outras dimensões da sustentabilidade, de forma a conceber negócios que contemplem aspectos econômicos, mas também ambientais e sociais, dentre outros.

De fato, a sustentabilidade é um dos principais desafios da humanidade e tratá-la de forma indisciplinar é igualmente desafiador (DE BENEDICTO et al., 2020), o que reforça a importância de introduzir este tema na formação dos alunos. Em última análise, espera-se que tal formação permita a concepção de negócios eletrônicos que atendam a requisitos de sustentabilidade, sejam capazes de induzir a uma gestão sustentável (SAVITZ; WEBER, 2007) e, por conseguinte, promover o desenvolvimento sustentável.

## 5. Conclusões

Este estudo teve o objetivo de apresentar e discutir a experiência de introduzir o tema sustentabilidade em uma disciplina de negócios em ambientes virtuais, em um curso superior de administração. Para tanto, foram selecionadas e analisadas duas situações-problema que serviram como base para o desenvolvimento das atividades acadêmicas da disciplina relativas ao tema.

Pode-se concluir que a introdução do tema sustentabilidade na disciplina de negócios em ambientes virtuais foi bem sucedida, pois possibilitou que os alunos aprofundassem os estudos e a compreensão da aplicação da sustentabilidade, bem como sua aplicação na concepção de negócios eletrônicos. Neste sentido, foi possível constatar que, assim como sugere a literatura científica, os alunos consideram as dimensões ambiental e social, além da dimensão econômica, na proposição de novos negócios eletrônicos.

Cabe salientar que a sustentabilidade nas propostas de negócios eletrônicos pode se mostrar presente no próprio domínio do negócio, bem como no uso das tecnologias da informação e comunicação. Em outras palavras, o negócio em si pode promover a sustentabilidade, assim como sua infraestrutura tecnológica ser mais sustentável comparativamente a negócios tradicionais similares.

Por fim, é importante reforçar a relevância de promover uma formação acadêmica que aborde a sustentabilidade e suas múltiplas dimensões no contexto de negócios eletrônicos. Com uma formação sólida sobre o tema, os futuros profissionais estarão mais aptos a contribuir efetivamente com o desenvolvimento sustentável. Neste sentido, sugere-se que futuros estudos explorem outras formas de ensino que contemplem negócios eletrônicos e sustentabilidade de forma integrada.

## 6. Agradecimentos

À Profa. Dra. Celeste Aída Sirotheau Corrêa Jannuzzi (*in memoriam*) com quem tivemos o privilégio de trabalhar e que foi responsável pela elaboração das situações-problema abordadas neste estudo.



III *Sustentare* – Seminários de Sustentabilidade da PUC-Campinas  
VI WIPIS – Workshop Internacional de Pesquisa em Indicadores de Sustentabilidade  
16 a 18 de novembro de 2021

## 7. Referências bibliográficas

- ALBERTIN, A. L. **Comércio eletrônico**. São Paulo: Atlas, 2010.
- AMOR, D. A **(R)evolução do E-business: vivendo e trabalhando em um mundo interconectado**. São Paulo: Makron Books, 2000.
- CHAFFEY, D. **Gestão de e-business e e-commerce: estratégia, implementação e prática**. 5 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- DE BENEDICTO, S. C. et al. Sustentabilidade: um fenômeno multifacetário que requer um diálogo interdisciplinar. **Sustentabilidade: Diálogos Interdisciplinares**, v. 1, p. 1-24, 2020.
- DUARTE, D. Startup inova com delivery de frutas e hortaliças frescas. Empresa investiu R\$ 1 milhão na Pede Sabores, e-commerce que entrega alimentos em casa. **Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios (PEGN)**. 2017. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Alimentacao/noticia/2017/06/startup-inova-com-delivery-de-frutas-e-hortaliças-frescas.html>. Acesso em: 14 out. 2021.
- ELKINGTON, J. **Canibals with forks: the triple bottom line of 21st century business**. Oxford: Capstone Publishing, 1997.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2019.
- LIMEIRA, T. M. V. **E-Marketing: o Marketing na Internet com casos brasileiros (2a ed.)**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- NASCIMENTO, E. P. **Trajatória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico**. *Estudos avançados*, v. 26, n. 74, p. 51-64, 2012.
- PEGN. Ser empreendedor é executar bem, diz criador do iFood. Felipe Fioravante, CEO do aplicativo de delivery, é o entrevistado especial da Série Pitch nesta semana. **Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios (PEGN)**. 2016. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2016/05/ser-empendedor-e-executar-bem-diz-criador-do-ifood.html>. Acesso em: 14 out. 2021.
- PIRES, F. A comida do amanhã: o futuro da indústria de alimentos. Uma reflexão sobre as mudanças recentes na mentalidade do consumidor e do setor. **Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios (PEGN)**. 2017. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/noticia/2017/05/comida-do-amanha-o-futuro-da-industria-de-alimentos.html>. Acesso em: 14 out. 2021.
- ROZA, R. H. O papel das tecnologias da informação e comunicação na atual sociedade. **Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict)**, v. 49, n. 1, p. 66-74, 2020.
- ROZA, R. H. Revolução informacional e os avanços tecnológicos da informática e das telecomunicações. **Ciência da Informação em Revista**, v. 4, n. 3, p. 03-11, 2017.
- SAVITZ, A. W.; WEBER, K. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- SUGAHARA, C. R.; RODRIGUES, E. L. Desenvolvimento Sustentável: um discurso em disputa. **Desenvolvimento em Questão**, v. 17, n. 49, p. 30-43, 2019.



III *Sustentare* – Seminários de Sustentabilidade da PUC-Campinas  
VI WIPIS – Workshop Internacional de Pesquisa em Indicadores de Sustentabilidade  
16 a 18 de novembro de 2021

TURBAN, E.; KING, D. **Comércio eletrônico: estratégia e gestão**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

VEIGA, J. E. da. **Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

WCED – World Commission on Environment and Development. **Our common future**, 1987.