

Notas de apoio ao caso 3. Genetic ID: identificação genética para produtos de exportação

1. Ondas de inovações

“[...] o aparecimento de um ou de poucos empresários facilita o aparecimento de outro, e estes provocam o aparecimento de mais outros, em número sempre crescente”. Schumpeter, J.A. Teoria do Desenvolvimento Econômico

2. Normas brasileiras sobre organismos geneticamente modificados

“A biossegurança constitui uma área de conhecimento relativamente nova, regulada em vários países por um conjunto de leis, normas e diretrizes específicas.

O marco legal brasileiro de biossegurança trata de organismos geneticamente modificados e do uso de células-tronco embrionárias para fins científicos e terapêuticos. O marco é constituído pela Lei nº 11.105, de 24 de março de 2005 (Lei de Biossegurança), pelo Decreto nº 5.591, de 24 de novembro de 2005, e pelo conjunto de normas infralegais. Este arcabouço legal estabelece as regras de segurança, registro e mecanismos de fiscalização das atividades com OGM e seus derivados, bem como uso de células-tronco, tendo como diretriz o estímulo ao avanço científico na área de biotecnologia e biossegurança, visando a proteção à vida e à saúde humana, animal e vegetal, e a observância do princípio da precaução para a proteção do meio ambiente”.

Brasil. Ministério da Saúde. Organização Pan-Americana da Saúde. **Marco Legal Brasileiro Sobre Organismos Geneticamente Modificados**. Brasília : Ministério da Saúde, 2010.

3. Direito à informação

No artigo clássico *The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism* (1970), George Akerlof demonstra a proposição de que, quando há incerteza sobre a qualidade dos produtos, o mercado falha em promover a alocação eficiente de recursos: o comprador de um produto cuja qualidade é incerta está disposto a pagar um preço que reflete a qualidade média dos produtos ofertados. Contudo, pelo preço médio, os vendedores de produtos com qualidade inferior estão dispostos a transacionar, ao passo que os detentores de produtos de alta qualidade saem do mercado. Esse mecanismo é conhecido como “seleção adversa”.

O problema pode ser analisado sob a ótica dos direitos de propriedade: o consumidor tem o direito de saber tudo o que considerar relevante sobre o produto? O produtor tem o direito de manter informações privadas? Dependendo de o que a sociedade escolher, o resultado do processo de mercado poderá favorecer ou mitigar a seleção adversa.

4. Sinalização no alimento industrializado



Uma solução para a falha de informação a respeito da qualidade dos produtos é a sinalização. O vendedor de um carro usado pode, por exemplo, oferecer garantia por um período prolongado, mostrando ao comprador que ele está disposto a apostar no produto.

5. Discriminação de consumidores

Uma estratégia para capturar valor é a adaptação de produtos ou serviços às necessidades de diferentes grupos de consumidores, que atribuem diferentes valores ao serviço prestado. O produto é oferecido em diferentes versões, com preços distintos.

6. Joint Venture

“Joint venture é um acordo entre duas ou mais empresas que estabelece alianças estratégicas por um objetivo comercial comum, por tempo determinado. As companhias concordam em unir seus recursos para o desenvolvimento de um negócio conjunto e dividem os resultados, sejam eles lucros ou prejuízos.

Os recursos oferecidos pelas empresas podem ser capital financeiro, matéria-prima, tecnologia ou até mesmo mão de obra, conforme os termos das joint ventures”.

<https://www.dicionariofinanceiro.com/joint-venture/>

Referências adicionais

<https://www.foodchainid.com/br/>

<https://www.foodchainid.com/testing/>

https://rationalwiki.org/wiki/John_Fagan

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2017/07/27/novas-regras-para-identificacao-de-transgenicos-estao-na-pauta-da-cra>

<https://www.proteste.org.br/alimentacao/alimento-industrializado/noticia/comissao-aprova-fim-da-obrigatoriedade-na-identificacao-de-produtos-com-alimentos-transgenicos>