

NOTA TÉCNICA: PROJETO DE LEI Nº 3729/2025

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor)

O projeto de lei ([PL 3729/2025](#)) em análise propõe diretrizes relativas à comercialização de ovos *in natura*, determinando que a rotulagem destinada ao consumidor traga indicação clara sobre o sistema de criação das galinhas poedeiras, diferenciando os produtos entre ovos de aves criadas em gaiolas, em sistema *cage-free* (soltas em galpão), em regime caipira ou em sistema orgânico.

Destaca-se que a proposição não obriga os produtores a adotar um modelo específico de criação, não faz juízo de valor sobre o modo de produção e nem acarreta custos adicionais ao produtor. O objetivo é fornecer ao consumidor informações corretas no momento da compra. Esse aspecto é central, pois reforça o direito básico do consumidor à informação adequada, previsto no art. 6º do Código de Defesa do Consumidor, e visa reduzir práticas de publicidade enganosa conhecidas como *humane washing*, que podem induzir o consumidor a acreditar que os ovos são provenientes de galinhas criadas soltas. Na comercialização de ovos, essa prática ocorre nos rótulos por meio de elementos visuais associados a imagens de aves no campo ou expressões que podem gerar interpretação equivocada.

Ainda sobre esse ponto, vale destacar que o próprio setor privado já reconhece a necessidade de limites claros para a comunicação com o consumidor. O Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária¹, criado pelo CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), estabelece que a publicidade deve ser verdadeira, honesta e passível de comprovação, devendo evitar qualquer conteúdo que induza o consumidor a erro - inclusive no que diz respeito a questões de sustentabilidade (Anexo U). Embora não tenha caráter legal, o código é amplamente respeitado pelo setor e demonstra que já vigora no mercado um entendimento sobre os limites éticos da comunicação publicitária. No entanto, a adesão a essas diretrizes é voluntária e, na prática, muitos casos de *humane washing* continuam a ocorrer sem sanção efetiva. Nesse contexto, determinações legais específicas sobre rotulagem de ovos *in natura*, além de não serem inovações, são necessárias para conferir força normativa a boas práticas que, embora reconhecidas, ainda não são aplicadas de forma ampla e rigorosa.

O Brasil produz cerca de **57 bilhões de ovos anualmente**², dos quais se estima que **5% sejam livres de gaiola**³. O texto do projeto de lei representa uma oportunidade de valorizar o produtor que investe em sistemas com melhores práticas de manejo, como os de galinhas criadas soltas. Ao estabelecer regras claras de rotulagem, cria-se um ambiente de concorrência mais justo, em que as boas práticas adotadas pela indústria podem ser reconhecidas e melhor remuneradas na cadeia de valor do ovo⁴.

¹ [CONAR \(2024\)](#)

² [ABPA \(2025\)](#)

³ [Certified Humane \(2024\)](#)

⁴ [Guyonnet, V; Guyonnet, A.E.M. \(2023\)](#)



A diferenciação de ovos conforme o tipo de criação vem aumentando no Brasil. Este é o caso, por exemplo, das empresas Planalto Ovos e Raiar Orgânicos, que investiram na produção exclusivamente de ovos livres de gaiolas. A [Planalto Ovos](#), fundada em 2018 em Uberlândia/MG, é pioneira na produção em larga escala, alojando aproximadamente 600 mil aves. A [Raiar](#), que em 2022 foi pioneira na produção de ovos orgânicos em larga escala, fomenta a produção de grãos orgânicos em pequenos produtores para a alimentação das mais de 120 mil aves. Já a [Mantiqueira Brasil](#), uma das maiores produtoras de ovos do Brasil com 17,6 milhões de aves e 4 bilhões de ovos comercializados por ano, assumiu o compromisso de não construir mais aviários com sistema em gaiolas a partir de 2020 e chegou a 3 milhões de galinhas livres de gaiolas em 2024.

Experiências semelhantes estão em expansão, com 18,5% de aves criadas livres de gaiola mundialmente. Na União Europeia, 60% da produção de ovos é livre de gaiolas, enquanto na Oceania e nos Estados Unidos esse número chega a 50% e 40%, respectivamente⁵. Na América do Sul, a Colômbia lidera esse ranking com 59% de ovos *cage-free*⁶. Assim, a adoção de rotulagem apropriada na produção de ovos, identificando cada tipo de produto, reforça a crescente adesão do Brasil a novos sistemas de produção e à transparência no setor alimentício.

Os requisitos de métodos diferenciados de produção de ovos, já amplamente contemplados em legislações de alguns países e em protocolos de certificação, chegam também como um relevante objetivo nas práticas de ESG (ambiental, social e de governança) para empresas produtoras de alimentos⁷. Assim, o texto do projeto de lei dialoga com as crescentes exigências de mercados e investidores que consideram critérios ESG em suas decisões. Como exemplos, Arcos Dorados e JBS, duas empresas líderes na comercialização e produção de alimentos no Brasil, assumiram o compromisso de usar 100% de ovos livres de gaiolas até o final de 2025 na América Latina⁸ e no Brasil⁹, respectivamente.

Apesar dessas iniciativas, pesquisas apontam que os brasileiros sabem pouco sobre o sistema de criação de animais para produção de alimentos e, além disso, consideram difícil confiar nas informações contidas nos rótulos dos produtos¹⁰. Dessa forma, a regulamentação da correta rotulagem de ovos *in natura* é uma oportunidade tanto de educação do consumidor como de fortalecimento da confiança com as empresas produtoras. Ao informar se um ovo é proveniente de aves mantidas ou não em gaiolas, abre-se espaço para novos consumidores dispostos a pagar mais por produtos que atendam a determinados critérios de produção.

Produtos destinados ao nicho de mercado de ovos livres de gaiolas também apresentam respaldo nas tendências de consumo da população no futuro próximo. A partir de 2027 as gerações Millennials e Z, mais propensas a considerar critérios sustentáveis em suas escolhas, representarão 52% da população global, tornando-se o maior segmento de

⁵ [The Humane League \(2024\)](#)

⁶ [The Humane League \(2024\)](#)

⁷ [Dawkins, M.S. \(2023\)](#)

⁸ [Arcos Dorados \(2024\)](#)

⁹ [JBS \(2025\)](#)

¹⁰ [World Animal Protection \(2016\)](#)



consumidores de alimentos¹¹. A disponibilização de informações claras no rótulo permite que consumidores com essas preferências identifiquem produtos que atendam aos seus critérios de decisão de compra.

Além do consumidor e do mercado, outro ponto relevante está no campo da fiscalização. **O uso de termos claros no rótulo, como “uso de gaiolas”, “cage-free”, “caipira” e “orgânico” facilita o trabalho dos órgãos competentes, ao fornecer critérios objetivos de verificação.** Com isso, protege-se o consumidor contra fraudes e, ao mesmo tempo, garante-se segurança jurídica ao produtor, que passa a ter parâmetros conhecidos e evita penalidades arbitrárias.

Embora **não se trate de estabelecer superioridade entre os sistemas de criação**, é relevante destacar que melhores práticas de produção animal costumam reduzir a incidência de doenças nos plantéis¹², diminuindo o uso de medicamentos, em especial antibióticos. Isso gera reflexos positivos em termos de segurança alimentar e saúde pública, contribuindo para o avanço da política nacional brasileira de Uma Só Saúde, que integra saúde humana, ambiental e animal¹³. No final, o consumidor também se beneficia de aspectos muitas vezes invisíveis ao optar por sistemas de aves criadas soltas.

A medida favorece ainda a **agricultura familiar e pequenos produtores**, já que muitos atuam em sistemas de criação de aves soltas e terão meios de diferenciar seus produtos de forma competitiva, sem custos adicionais de produção. Além disso, a rotulagem contribui para valorizar a diversidade dos modelos produtivos no Brasil, fortalecendo cadeias regionais e ampliando as oportunidades de mercado. Essa transparência beneficia toda a cadeia de produção de ovos, ao permitir que diferentes perfis de produtores sejam reconhecidos e alcancem consumidores que buscam informações claras sobre a origem dos alimentos.

Em síntese, o projeto gera benefícios mútuos: **o consumidor recebe informação confiável e tem liberdade real de escolha; o produtor é valorizado e protegido de concorrência desleal; o Estado ganha em eficiência de fiscalização; e a sociedade se aproxima de padrões de produção mais transparentes e sustentáveis, criando um cenário de vanguarda na produção animal brasileira.**

Referências

Arcos Dorados (2024). Relatório de impacto social e desenvolvimento sustentável. Disponível em: https://receitadofuturo.com.br/wp-content/uploads/sites/5/2025/07/AD_2024_POR.pdf.

ABPA (2025). Relatório Anual 2025. Disponível em: <https://abpa-br.org/wp-content/uploads/2025/04/ABPA.-Relatorio-Anual-2025.pdf>.

¹¹ [Guyonnet, V; Guyonnet, A.E.M. \(2023\)](#)

¹² [Schuck-Paim, C.; Alonso, W.J. \(2021\)](#)

¹³ [Brasil \(2023\)](#)



Brasil (2023). Plano de ação conjunto para uma só saúde. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/u/uma-so-saude/plano-de-acao-conjunto>.

Certified Humane (2024). Produção e consumo de ovos cage-free é uma tendência mundial. Disponível em: <https://certifiedhumanebrasil.org/producao-e-consumo-de-ovos-cage-free-e-uma-tendencia-mundial/#:~:text=Realidade%20Brasileira%20e%20Latino%2DAmericana,da%20Am%C3%A9rica%20Latina%20e%20Caribe>.

CONAR (2024). Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária. Disponível em: <https://www.conar.org.br/pdf/Codigo-CONAR-2024.pdf>.

Dawkins, M.S. (2023). Farm animal welfare: Beyond “natural” behavior. Disponível em: <https://www.science.org/doi/abs/10.1126/science.ade5437>. Acessado em 03/09/25.

Guyonnet, V.; Guyonnet, A.E.M. (2023). The Sustainability of the Egg Sector—Opportunities and Mitigation Strategies. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/387962164_The_Sustainability_of_the_Egg_Sector-Opportunities_and_Mitigation_Strategies.

JBS (2025). Sustentabilidade: compromissos e políticas. Disponível em: <https://www.jbs.com.br/sustentabilidade/bem-estar-animal/compromissos/>.

Schuck-Paim, C.; Alonso, W.J. (2021). Quantifying pain in laying hens. Disponível em: <https://welfarefootprint.org/book-laying-hens/>.

The Humane League (2024). What does cage-free progress look like around the world? Disponível em: <https://thehumaneleague.org/article/cage-free-progress-worldwide>.

World Animal Protection (2016). Consumo às cegas: percepção do consumidor sobre bem-estar animal na América Latina. Disponível em: https://certifiedhumanebrasil.org/wp-content/uploads/2016/12/consumo_as_cegas_brasil.pdf.

