

IMPORTÂNCIA DAS BOAS PRÁTICAS DE FABRICAÇÃO E SEU IMPACTO EM EMPRESAS ALIMENTÍCIAS DE SANTA MARIA E REGIÃO

DOI: 10.37702/2175-957X.COBENGE.2023.4217

Daniela Brambila Ziemann - dani.brambila1@gmail.com
Universidade Federal de Santa Maria

Eduarda Oliveira Ramadam - eduarda.ramadam@acad.ufsm.br
Universidade Federal de Santa Maria

Gabriel da Silva Schussler - gabrielschiissler00@gmail.com
Universidade Federal de Santa Maria

Maria Júlia Lemos Bettiol - mariajulialembettiol@hotmail.com
Universidade Federal de Santa Maria

Suelyn Fátima Balestrin - suelynbailestrin01@gmail.com
Universidade Federal de Santa Maria

Lisiane de Marsillac Terra - lisianeterra@gmail.com
Universidade Federal de Santa Maria UFSM

Resumo: *As Boas Práticas de Fabricação em empresas alimentícias se tornaram obrigatórias desde 2004, entretanto, antecedente a isto, as mesmas já eram essenciais para que o produto entregasse segurança e qualidade, fatores imprescindíveis para a aceitação no mercado consumidor. Tendo isto em vista, o Projeto de Boas Práticas de Fabricação em Microempresas de Alimentos, constituído por estudantes e professora do curso de Engenharia Química da Universidade Federal de Santa Maria, oportuniza o desenvolvimento da comunidade através de transferência de conhecimento. De modo mais específico, intenciona-se com as ações do Projeto tornar as microempresas alimentícias mais competitivas no mercado através de assessorias e treinamentos totalmente gratuitos, personalizados de acordo com a demanda da empresa. A partir disso, o presente trabalho busca evidenciar de que forma a atuação do Projeto é realizada, ou seja, a metodologia utilizada desde o primeiro contato com o cliente até a entrega dos relatórios finais, além dos resultados obtidos com as ações do Projeto.*

"ABENGE 50 ANOS: DESAFIOS DE ENSINO, PESQUISA E
EXTENSÃO NA EDUCAÇÃO EM ENGENHARIA"

18 a 20 de setembro
Rio de Janeiro-RJ



51º Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia
VI Simpósio Internacional de Educação em Engenharia

Palavras-chave: Alimentos; Boas práticas de fabricação; extensão; prospecção.

Realização:



Organização:



IMPORTÂNCIA DAS BOAS PRÁTICAS DE FABRICAÇÃO E SEU IMPACTO EM EMPRESAS ALIMENTÍCIAS DE SANTA MARIA E REGIÃO

1 INTRODUÇÃO

A aplicação das Boas Práticas de Fabricação é essencial para que empresas alimentícias consigam garantir espaço no mercado consumidor, considerando que a qualidade e a segurança dos produtos passaram a ser quesitos fundamentais para a comercialização de alimentos, dado o aumento da preocupação dos consumidores com os alimentos que consomem.

Outro foco de atenção por parte das empresas e dos consumidores tem sido o emprego de uma adequada rotulagem nutricional dos alimentos. Para os consumidores, representa a possibilidade de fazer uma escolha que melhor atenda aos seus desejos e/ou necessidades. Para as empresas, permite a ampliação do mercado, por cumprimento de exigência legal.

Tendo isso em vista, o Projeto de Boas Práticas de Fabricação em Microempresas de Alimentos, constituído por estudantes e professora do curso de Engenharia Química da Universidade Federal de Santa Maria, busca promover o desenvolvimento da comunidade através da transferência de conhecimento, envolvendo a aplicação das Boas Práticas de Fabricação. O projeto auxilia pequenas empresas no que concerne à segurança dos alimentos e nutricional, bem como na adaptação às exigências legais e padronização de processos e produtos.

Desde o início do projeto, sete empresas foram atendidas e mais de sessenta tabelas nutricionais foram desenvolvidas para microempreendedores, adequando cada tabela de acordo com as exigências da Anvisa, de forma inteiramente gratuita. Além disso, foram ministrados cursos de Boas Práticas de Fabricação, objetivando qualidade e segurança no processo de produção.

No entanto, a partir de Outubro de 2022 entrou em vigor a nova legislação referente à rotulagem nutricional, a RDC 429, de 8 de Outubro de 2020, a qual estabelece mudanças nas regras em relação às informações dos alimentos. Um exemplo disto, é a rotulagem nutricional frontal, a qual deverá constar na frente da embalagem, em design de lupa, o alto índice de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio, visando esclarecer de maneira clara e simples para o consumidor.

Aliado a este fato, também ocorreram mudanças na tabela de informações nutricionais. A tabela deverá apenas ter letras pretas e fundo branco, passará a ser obrigatória a declaração de açúcares totais e adicionados junto ao valor energético, visando facilitar a comparação dos produtos por embalagem. Além disso, deverá estar próxima à lista de ingredientes em superfície contínua, com exceção de produtos em embalagens pequenas.

Estas mudanças buscam auxiliar o consumidor na hora da aquisição, dificultando a compra de produtos falsamente saudáveis. Ainda, novas regras foram impostas em relação às informações nutricionais voluntárias, como por exemplo, alimentos com rotulagem nutricional de açúcares não podem ter alegações para açúcares ou açúcares adicionados.

Desta maneira, o presente trabalho objetiva evidenciar as estratégias utilizadas para que as atividades desenvolvidas pelo Projeto atinjam o seu público-alvo, além de apresentar as adversidades referentes a realização de rotulagens nutricionais, de acordo com as novas regras propostas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

As exigências do mercado consumidor fizeram com que as Boas Práticas de Fabricação se tornassem essenciais, tendo em vista que a preocupação não é apenas com a qualidade do produto, mas também com a segurança dos alimentos. Segundo Silva (2011), as principais características dos produtos industrializados são a qualidade e a segurança, uma vez que este posicionamento é determinado pelos consumidores.

Ademais, as boas práticas também auxiliam no controle de doenças transmitidas por alimentos (DTAs), que são contraídas a partir da ingestão de comidas ou até mesmo água contaminada. A maior parte dos contágios de DTAs decorrem de vírus, parasitas e bactérias e suas toxinas, existindo mais de 250 tipos (Brasil, 2017b).

Segundo Buzinaro e Gasparotto (2019) as Boas Práticas de Fabricação têm como objetivo primordial evitar a contaminação dos produtos, englobando desde a recepção das matérias-primas até o produto final. Sendo, as mesmas obrigatórias na legislação brasileira para todos os estabelecimentos produtores e indústrias de alimentos, desde 2004. Tendo isso em vista, o Projeto de Boas Práticas de Fabricação em Microempresas de Alimentos busca facilitar e auxiliar as empresas nesse processo, garantindo segurança dos alimentos.

Ademais, com o crescimento do comércio alimentício, a quantidade de pessoas atuando na produção também expandiu, sendo que no Brasil, este mercado conta com mais dois milhões de trabalhadores, em mais de 20 anos (ABERC 1 1991). Ainda referente a segurança dos alimentos é importante salientar que não apenas a matéria-prima de qualidade é essencial, mas os manipuladores também possuem um papel fundamental para que a produção seja segura (Pereira & Zanardo, 2020).

As Boas Práticas de Fabricação dizem respeito aos cuidados com a higiene dos alimentos, local de trabalho, controle de pragas, supervisão da água, manipuladores de alimentos, para que os alimentos entregues aos consumidores sejam seguros. Por sua vez, uma rotulagem nutricional adequada, dá ao consumidor uma possibilidade de fazer escolhas conscientes, a partir de informações nutricionais transparentes. Para isso, são usadas algumas normas como base para a montagem das tabelas. Dentre as principais normativas constam a RDC nº 429 e a Instrução Normativa nº 75.

A RDC nº 429 é um regulamento técnico proposto pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), que tem como objetivo estabelecer processos regulatórios, práticas e padrões sobre a rotulagem nutricional de alimentos embalados, sendo assim, um guia a ser seguido pelas empresas para realizarem as rotulagens nutricionais. (ANVISA, 2020)

Acoplado a isto, a instrução normativa nº 75 consiste em um regulamento complementar à RDC nº 429, pois tem a competência de executar o regulamento citado acima. Neste sentido, esta normativa estabelece os requisitos técnicos para a declaração da rotulagem nutricional nos alimentos que são embalados. (ANVISA, 2020).

Ambas regulamentações são recentes no mercado, por isso, as empresas se encontram em período de adaptação com o objetivo de se enquadrar nas diretrizes. Para os alimentos em geral, este tempo de adaptação deve ser até o dia nove de novembro de 2024, apesar da normativa estar válida desde 2022.

Bem como as empresas, o projeto também está em momento de transição para buscar atender as empresas de Santa Maria e região da melhor forma. Para isto, é

necessária pesquisa e análise documental da RDC nº 429/2020, e a IN nº 75/2020 visando a atualização das rotulagens e cursos ofertados.

Segundo Miles, Keenan e Kaivo-Oja (2002), o trabalho de prospecção de parcerias visa interligar várias forças, tendências e fatores condicionantes, a fim de visualizar futuros alternativos (em vez de prevê-los). Ademais, de acordo com Kaplan e Haenlein (2009), as mídias sociais são um grupo de aplicações baseadas na Internet construídas sobre as bases ideológicas e tecnológicas da Web 2.0, e que permitem a criação e a troca de conteúdo gerado pelo usuário. Em relação à Web 2.0, os autores referem-se como uma plataforma da internet, em que os conteúdos e estratégias são alterados e engajados por todos os usuários de maneira conjunta, não apenas desenvolvidos e publicados pelos responsáveis.

Entre as redes sociais existentes nos dias atuais, o Instagram destaca-se, por permitir que empresas e possíveis clientes criem conexões e interações durante todo o tempo, sendo utilizado mundialmente por cerca de dois bilhões de usuários. Dentro da plataforma Instagram, usa-se de dois conceitos para a prospecção de clientes, sendo elas a prospecção ativa e a prospecção passiva. Esse método é muito utilizado por empresas para captar clientes e dentro do projeto, ele funciona de duas formas.

Na prospecção ativa, os membros do projeto selecionam empresas e criam um funil de contato com elas, e na passiva, os próprios clientes nos buscam através das redes sociais. A descrição de como esse contato ocorre pode ser encontrada na metodologia.

3 METODOLOGIA

Em relação à estratégia utilizada para que as ações realizadas pelo Projeto atinjam o seu público-alvo, representado por microempresas alimentícias localizadas na região de Santa Maria-RS, considera-se que os indivíduos estão cada vez mais conectados ao smartphone e às redes sociais como um todo. Desta maneira, empregam-se as redes sociais, majoritariamente a ferramenta Instagram, a partir da prospecção ativa e passiva, como metodologia para chegar até possíveis empresas que necessitem de algum dos serviços prestados pelo Projeto,

Para a prospecção ativa, o processo consiste em identificar e contatar empresas na área de alimentos, localizadas na região de Santa Maria, que possam ter interesse nos serviços ofertados pelo projeto. Assim, busca-se estabelecer um contato inicial para que o possível cliente conheça os serviços que podem ser realizados para aprimorar a padronização e segurança alimentar da sua empresa.

No primeiro contato, através de mensagem, apresenta-se o projeto e oferece-se os serviços disponíveis. Em caso de interesse das empresas, segue-se o contato via WhatsApp, onde entende-se com maiores detalhes a necessidade de cada cliente. Conforme o diagnóstico obtido, segue-se para a etapa de execução da atividade definida anteriormente. Como exemplo, caso uma das dificuldades relatadas seja a falta de informações nutricionais do produto, é feito um levantamento dos ingredientes e rendimentos que serão avaliados. A partir da obtenção de todas as informações necessárias, os dados são manipulados em uma planilha realizada pelos integrantes da equipe do Projeto, a fim de automatizar o processo, em que calcula automaticamente as quantidades de cada componente, bem como o valor energético de cada produto, por 100g e por porção.

No que tange ao Curso de Boas Práticas de Fabricação, após a identificação da necessidade, é marcado uma visita presencial na empresa para entender o seu processo

produtivo, além do funcionamento como um todo. Nesta visita, são coletadas as necessidades dos funcionários, bem como as do indivíduo que gerencia o empreendimento, além de percepções externas da equipe. Após essa coleta, as informações são reunidas e constrói-se um curso totalmente de acordo com as necessidades do cliente. A apresentação é efetuada de maneira presencial para toda a equipe da empresa. Ainda, para a construção do curso e das rotulagens, são realizadas reuniões semanais de maneira remota, para construções em equipe, bem como para o planejamento semanal da equipe e das tarefas que devem ser realizadas dentro dos prazos estipulados nos encontros.

Já a prospecção passiva, ocorre a partir da divulgação do trabalho efetuado pelo projeto, que faz com que as empresas busquem nossos serviços por meio da temática relevante ofertada a partir do marketing de conteúdo. A prospecção tem se mostrado essencial para o sucesso do projeto, pois torna possível aumentar nossa gama de clientes e estabelecer um contato melhor com os que já são clientes.

Neste cenário, a equipe do Projeto de Implementação das Boas Práticas de Fabricação (BPF) em Microempresas de Alimentos busca postar semanalmente conteúdos acerca de temas referentes aos assuntos abordados pelos objetivos do Projeto, procurando sempre pela inovação, além de realizar contato diretamente com microempresas de alimentos. Para a organização de conteúdos, há uma calendarização em que ocorre a definição do responsável pelas postagens de cada semana, bem como a temática que será tratada nos posts. Ressalta-se, ainda, que todos os assuntos e layouts são validados pela professora coordenadora antes de serem postados. Para além dos intuitos da prospecção, as ações realizadas nas redes sociais também buscam conscientizar as pessoas que acompanham o projeto sobre a importância das Boas Práticas da Fabricação, pois não apenas as empresas devem estar ciente das mesmas, mas também todos os consumidores, visando escolhas assertivas diante dos produtos que comprarão.

Para a construção do curso e das rotulagens, são realizadas reuniões semanais da equipe de maneira remota, bem como para o planejamento semanal da equipe e das tarefas que devem ser realizadas dentro dos prazos estipulados nos encontros.

4 RESULTADOS

Tendo em vista a metodologia utilizada pelo projeto para alcançar seu público alvo de forma satisfatória, parte-se para os resultados obtidos no decorrer das ações desenvolvidas.

Em relação aos dados, realizou-se a prestação da rotulagem nutricional para 7 empresas alimentícias da região de Santa Maria, totalizando mais de 60 alimentos com novos rótulos, os quais contêm as informações nutricionais de acordo com as regulamentações da Anvisa. Além destas empresas, que já possuem suas rotulagens finalizadas, o projeto segue em negociação com comerciantes da região para novos serviços.

Neste cenário, as empresas atendidas são de diferentes ramos alimentícios, como restaurantes, confeitarias e padarias, onde recolheu-se os dados referente aos ingredientes e as medidas de cada alimento, para adequá-los na tabela nutricional. Na coleta dos dados de cada empresa, foi observado que não existe uma padronização em relação à quantidade utilizada de cada ingrediente para a preparação do alimento, assim, os serviços do projeto também buscam auxiliar os clientes neste quesito.

Além disso, cursos de Boas Práticas de Fabricação foram realizados, como citado anteriormente na metodologia. Os mesmos foram ministrados para mais de 20 funcionários, visando melhorias na forma de manipulação e cuidado com os alimentos. Para exemplificar,

na Figura 1, traz-se a realização do Curso de Boas Práticas de Fabricação para o restaurante La Sorella, localizado no município de Silveira Martins-RS, em que a equipe do Projeto levou até a empresa o que são as boas práticas de fabricação, além de como aplicá-las dentro do seu local de trabalho, bem como dinâmicas com todos os funcionários do estabelecimento, a fim de botar em prática todo o conhecimento adquirido, além de entender a importância das boas práticas.

Figura 1 - Curso de Boas Práticas de Fabricação para o restaurante La Sorella



Fonte: autores

Ademais, a equipe desenvolveu com êxito as tarefas e ações referentes ao desenvolvimento do projeto, desta maneira, estratégias de prospecção e atuação nas redes sociais fizeram com que o público alvo do projeto fosse atingido de maneira satisfatória. Além disso, houve participação de bolsistas durante o trabalho, o que impulsionou ainda mais as atividades. Assim, para quantificar, nas redes sociais, dado um período de 90 dias, as ações do projeto alcançaram 2.514 contas de usuários, além de 73 contas que realizaram engajamento com os conteúdos e obteve-se um aumento de 7,8% nos seguidores da página.

Além disso, as regulamentações que regem as Boas Práticas de Fabricação em empresas alimentares sofreram algumas alterações, e buscando entregar o melhor e mais recente conteúdo aos clientes, o projeto também buscou adequar-se às novas normativas. Com esta nova regulamentação dispõe-se de um desafio triplo: para a indústria que deverá atender à nova legislação, mas precisará manter a atratividade de seu produto frente aos consumidores; para o consumidor, que atualmente recebe muitas informações, mas ainda tem pouco esclarecimento e muita dificuldade em interpretá-las e para o próprio governo, que deverá atuar também na fiscalização das centenas de produtos que são lançados anualmente no mercado frente aos novos requisitos agora vigentes.

Para o Projeto os desafios não foram diferentes, tendo em vista que as rotulagens nutricionais são efetuadas a partir dos rótulos alimentares, faz-se necessário aguardar a atualização das mesmas pelas empresas.

5 CONCLUSÃO

Através do desenvolvimento do trabalho, pode-se evidenciar a metodologia utilizada para que as ações desenvolvidas pelo projeto atinjam, de modo satisfatório, empresas alimentícias da região de Santa Maria. Ademais, pode-se compreender acerca das novas regras referentes à rotulagem nutricional, as quais foram estabelecidas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

As mudanças na rotulagem foram estabelecidas pela Resolução de Diretoria Colegiada – RDC nº 429 e Instrução Normativa nº 75, publicadas em outubro de 2020. O objetivo das normas é melhorar a clareza e legibilidade dos rótulos dos alimentos e, assim, auxiliar o consumidor a fazer escolhas alimentares mais conscientes.

Para a captação de clientes, o projeto faz uso da prospecção ativa e passiva, as quais foram expostas no decorrer da metodologia. Desta maneira, tornou-se possível a realização da prestação de rotulagens nutricionais para 7 empresas alimentícias da região de Santa Maria, totalizando mais de 60 produtos. Ademais, cursos de Boas Práticas de Fabricação foram efetuados, com o intuito de fazer com que a equipe das empresas clientes pudesse entender acerca da importância das boas práticas de fabricação, além da maneira como aplicá-las.

Logo, pode-se concluir que as ações do projeto estão sendo realizadas de forma satisfatória, para o desenvolvimento das microempresas alimentícias de Santa Maria e região, disseminando conhecimento de forma acessível e inteiramente gratuita.

REFERÊNCIAS

Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução da Diretoria Colegiada - RDC nº 429 de 08/10/2020. Disponível em: <http://antigo.anvisa.gov.br/legislacao#/visualizar/434473>. Acesso em: 02 maio 2023.

Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Instrução Normativa - IN nº 75 de 08/10/2020. Disponível em: <http://antigo.anvisa.gov.br/legislacao#/visualizar/434474>. Acesso em: 25 abr. 2023.

ALMEIDA, Rogeria Comastri de Castro; KUAYE, Arnaldo Yoshiteru; SERRANO, Antônio de Melo; ALMEIDA, Paulo Fernando de. Avaliação e controle da qualidade microbiológica de mãos de manipuladores de alimentos*. 1995. Disponível em: <https://www.scielo.org/pdf/rsp/v29n4/06.pdf>. Acesso em: 05 maio 2023.

BUSTAMANTE, Thiago França; BARRETO, Iná Futino. As Mídias Sociais como Ferramenta de Novos Negócios e de Relacionamento com o Cliente: um Estudo de Caso com Empresa de Serviços de Telecomunicações. Revista do Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial da Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, v. 17, n. 13, p. 1-20, 20 maio 2023. Disponível em: <http://revistaadmmade.estacio.br/index.php/admmade/article/viewFile/472/364>. Acesso em: 21 abr. 2023.

D'ANGELO, Pedro. Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram. 2023. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/#:~:text=O%20Instagram%20%C3%A9%20uma%20rede,ativos%20e%20que%20segue%20crescendo>. Acesso em: 27 abr. 2023.

MORO, Matheus Fernando; MORO, Matheus Fernando; WEISE, Andreas Dittmar; REIS, Camila Candida Compagnoni dos; SCHMIDT, Carla Adriana Pizarro. Avaliação das boas práticas de fabricação em uma panificadora: Um estudo de caso. Revista Espacios, São Miguel do Iguaçu, v. 36, n. 9, p. 14-25, 12 fev. 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Andreas-Weise/publication/282743072_Evaluation_of_good_manufacturing_practices_in_a_bakery_A_case_study/links/56a2278308ae984c449ca8fe/Evaluation-of-good-manufacturing-practices-in-a-bakery-A-case-study.pdf. Acesso em: 04 maio 2023.

OLIVEIRA, P. O. . de .; SILVEIRA, R. da .; ALVES, E. S.; SAQUETI, B. H. F. .; CASTRO, M. C. de; SOUZA, P. M. de .; PONHOZI, I. B.; COSTA, J. C. M. da .; SCHUELER, J.; SANTOS, O. O.; VISENTAINER, J. V.; DUAILIBI, S. R. . Review: Implementation of good manufacturing practices in the Brazilian food industry. Research, Society and Development, [S. l.], v. 10, n. 1, p. e35810111687, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i1.11687. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/11687>. Acesso em: 03 maio 2023.

ROTULAGEM nutricional : novas regras entram em vigor em 120 dias. 2022. Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2022/rotulagem-nutricional-novas-regras-entram-em-vigor-em-120-dias>. Acesso em: 10 maio 2023.

REIS, Dálcio Roberto dos; VINCENZI, Ticiane Braga de; PUPO, Fabricio Palermo. Técnicas de Prospecção: Um Estudo Comparativo. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/Hnh5fnBwmKqCS8KxBPP4vXb/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 27 abr. 2023.

SÍLVIA PANETTA NASCIMENTO. Revista Higiene Alimentar. EM VIGOR A NOVA ROTULAGEM NUTRICIONAL DE ALIMENTOS. 2022. Disponível em: <https://higienealimentar.com.br/em-vigor-a-nova-rotulagem-nutricional-de-alimentos/>. Acesso em: 01 maio 2023.

SINHORINI, Marcia Regina *et al.* Implantação e avaliação das Boas Práticas de Fabricação – BPF: estudo de caso. Revista do Instituto Adolfo Lutz, Francisco Beltrão, v. 74, n. 2, p. 140-144, jun. 2015. Disponível em: <https://periodicos.saude.sp.gov.br/RIAL/article/view/33466/32298>. Acesso em: 27 abr. 2023.

INSTRUCTIONS FOR PREPARATION AND SUBMISSION OF MANUSCRIPTS TO THE SCIENTIFIC COMMITTEE OF THE 51º BRAZILIAN CONGRESS ON ENGINEERING EDUCATION AND VI INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON EDUCATION IN ENGINEERING – COBENGE 2023

Abstract: *Good Manufacturing Practices in food companies have become mandatory since 2004, however, prior to this, they were already essential for the product to deliver safety and quality, essential factors for acceptance in the consumer market. With this in mind, the Project for Good Manufacturing Practices in Food Microenterprises, made up of students and a professor of the Chemical Engineering course at the Federal University of Santa Maria, provides opportunities for community development through knowledge transfer. More specifically, the intention of the Project's actions is to make food micro-enterprises more competitive in the market through completely free advice and training, customized according to the company's demand. From this, the present work seeks to show how the Project's performance is carried out, that is, the methodology used from the first contact with the client until the delivery of the final reports, in addition to the results obtained with the Project's actions.*

Keywords: *Foods; Good manufacturing practices; extension; prospection.*