



Η COCA-COLA ΚΑΙ ΟΙ ΒΛΑΒΕΡΕΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΣΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ

ΜΑΘΗΜΑ:ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

ΟΜΑΔΑ:.....

.....

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:κ.....

ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ:.....`

ΤΜΗΜΑ:.....

Η ιστορία της coca cola

Την ώρα που οι εργάτες κατασκεύαζαν στο λιμάνι της Νέας Υόρκης το Άγαλμα της Ελευθερίας , κάπου 800 μιλιά μακριά ένα άλλο μεγάλο αμερικανικό σύμβολο γεννιόταν , στις 8 Μαΐου του 1886.

Όπως πολλοί άνθρωποι που αλλάζουν το ρου της ιστορίας έτσι και ο Τζον Πέμπερτων παλαίμαχος του Εμφυλίου Πολέμου και φαρμακοποιός στην Άτλαντα, εμπνεύστηκε από την απλή περιέργεια ... Του άρεσε πολύ να πειραματίζεται με ιατρικές συνταγές

.Εκείνο το απόγευμα έψαχνε να βρει κάποιο φάρμακο ταχείας καταπολέμησης του πονοκεφάλου και όπως ανακάτευε τα υλικά σε μια τρίποδη χάλκινη χύτρα , δημιούργησε ένα εύοσμο υλικό με χρώμα καραμέλας.

Όταν το πείραμα ολοκληρώθηκε, το πήγε στο φαρμακείο του Jacobs,που βρισκόταν λίγο παρακάτω. Εκεί προσθέσανε στο μίγμα ανθρακούχο νερό και το έδωσαν στους πελάτες να το δοκιμασουν.

Ολοι συμφώνησαν ότι το νέο αυτό αναψυκτικό ,το οποίο στην αρχική μορφή του και ως το 1905 περιείχε και ποσότητα κοκαΐνης, ήταν κάτι τι ξεχωριστό .

Έτσι, το φαρμακείο του Jacobs άρχισε να το πουλά προς 5 σεντς το ποτήρι λογιστής του Πέμπερτον,ο Frank Robinson έδωσε στο μίγμα το όνομα coca cola και το έγραψε με το χαρακτηριστικό γραφικό του χαρακτήρα .Αυτό είναι το λογότυπο που χρησιμοποιείται μέχρι σήμερα.

Κατά το πρώτο έτος , η εταιρία πουλούσε περίπου 9 ποτήρια coca cola την ημέρα .

Έναν αιώνα αργότερα , είχαν παραχθεί πάνω από 10 δισεκατομμύρια γαλόνια σιρόπι , Όμως , ο Πέμπερτον ήταν περισσότερο εφευρέτης παρά επιχειρηματίας και δεν είχε ιδέα ότι είχε εφεύρει ένα από τα σπουδαιότερα προϊόντα στον κόσμο .

Τρία χρονιά αργότερα πούλησε την εταιρία του σε έναν επιχειρηματία της Ατλάντα , τον Άστι Γκριγκς Κάντλερ , έναντι περίπου 2300 \$.

Γεννημένος πώλησης , ο Κάντλερ μεταμόρφωσε την coca cola από μια εφεύρεση σε μια επιχείρηση.

Γνώριζε πως υπήρχαν πολλοί διψασμένοι τριγύρω και βρήκε πανέξυπνους και καινοτόμους τρόπους να τους γνωρίσει αυτό το νέο και συναρπαστικό αναψυκτικό. Χάριζε κουπόνια για τη δωρεάν δοκιμή της coca cola και εξόπλιζε τα φαρμακεία που διέθεταν το προϊόν με ρολόγια, υδρίες, ημερολογια και φαρμακευτικές ζυγαριές που έφεραν το σήμα της.

Μια επιθετική πρακτική, που αποδείχτηκε άκρως αποτελεσματική. Ως το 1895, ο Κάντλερ είχε κατασκευάσει εργοστάσια παραγωγής του σιροπιού στο Σικάγο, το Dallas και στο Los Angeles.

Ο Τζόζεφ Βίντερχαρμ , ένας επιχειρηματίας από το Μισισσιπή ήταν ο πρώτος που εμφιάλωσε το αναψυκτικό .

Το πρώτο μπουκάλι πουλήθηκε στις 12 Μαρτίου του 1894 ενώ έστειλε 12 μπουτίλιες και στον Κάντλερ ο οποίος όμως δεν ανταποκρίθηκε με ενθουσιασμό.

Παρότι ήταν ένας πανέξυπνος και καινοτόμος επιχειρηματίας, δεν κατάλαβε τότε ότι το μέλλον βρισκόταν στα εμφιαλωμένα αναψυκτικά, που θα μπορούσαν οι πελάτες να τα παίρνουν μαζί τους οπουδήποτε. Πέντε χρονιά αργότερα, το 1899 , δυο δικηγόροι από το Τσατανούγκα , ο Μπέντζαμιν Φ. Τόμας και ο Τζοσεφ Β. Γουάιτζεντ, εξασφάλισαν το αποκλειστικό δικαίωμα εμφιάλωσης και πώλησης του αναψυκτικού, έναντι ενός 1\$

Η επιτυχία του αναψυκτικού συνοδεύτηκε –μεταξύ άλλων- και από την εμφάνιση πολλών απομιμήσεων, γεγονός που δεν άρεσε καθόλου στην εταιρεία.

Ετσι, η διαφήμιση άρχισε να εστιάζει στην αυθεντικότητα της coca cola παροτρύνοντας τους καταναλωτές να 'Απαιτούν το Γνήσιο' και 'να μην δέχονται υποκατάστατα'. Για το σκοπό αυτό αποφασίστηκε η δημιουργία και ενός μπουκαλιού με χαρακτηριστικό σχήμα.

Το 1916, η εταιρία Ρουτ Γκλας από την Ιντιάνα άρχισε να παράγει το διάσημο μπουκάλι με τις καμπύλες, το οποίο αποδείχτηκε εξαιρετικά επιτυχημένο –και εξακολουθεί να υπάρχει έως και σήμερα- χάρη στην ελκυστική του εμφάνιση, το πρωτότυπο σχέδιο και το γεγονός ότι ακόμη και στο σκοτάδι μπορούσες να αναγνωρίσεις το Γνήσιο προϊόν

Από τις αρχές του 19ου αιώνα η coca cola άρχισε να εισχωρεί στην Κουβά, στο Πουερτο Ρίκο, στη Γαλλία και σε άλλες χώρες, για να κατακτήσει τελικά όλο το κόσμο.

Στην Ελλάδα, το Γενικό Χημείο του Κράτους έδωσε το πράσινο φως για την κυκλοφορία της στις 11 Φεβρουαρίου το 1964, αλλά χρειαστήκαν 5 χρονιά μέχρι να κάνει την

εμφάνιση της στα ράφια των καταστημάτων, στις 10 Αυγούστου του 1969.

Τον Απρίλιο του 1985 αποφασίστηκε η αλλαγή της σύνθεσης του διάσημου αναψυκτικού για πρώτη φορά έπειτα από 99 χρόνια.

Σε δοκιμές γεύσης ο κόσμος ενθουσιάστηκε, αλλά στο πραγματικό κόσμο οι άνθρωποι είχαν αναπτύξει ένα βαθύ συναισθηματικό δέσιμο με την αυθεντική coca cola και εκλιπαρούσαν να τους τη δώσουν πίσω.

Οι κριτικοί αποκάλεσαν την κίνηση αυτή ως τη μεγαλύτερη Γκάφα στο Marketing που είχε γίνει ποτέ.

Ετσι, τον Ιούλιο του ιδίου χρόνου η αυθεντική συνταγή επέστρεψε στην αγορά ως coca cola classic, και τοποθετήθηκε δίπλα στη New Coke.

Σήμερα, μονό στις Η.Π.Α. καταναλώνεται καθημερινά 6.000.000 coca cola, ενώ το σήμα της είναι αναγνωρίσιμο στο 98% του παγκοσμίου πληθυσμού!!!

Παγκόσμια μέρα κατά της coca cola είναι 22 Ιουλίου!!!



ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ

Φωσφορικό οξύ:

- Διαβρώνει την οδοντοστοιχία και συνεχίζει να αποσυνθέτει τα δόντια για ώρα, μετά την κατανάλωση της Coca cola .
- Διαβρώνει την γαστρική επένδυση του στομαχιού και διαταράσσει την πεπτική λειτουργία.
- Όταν συνδυάζεται με ζάχαρη και διοξείδιο του άνθρακα διαταράσσει την αναλογία ασβεστίου / φωσφόρου στο σώμα, με αποτέλεσμα την διάλυση του ασβεστίου από τα οστά, καθιστώντας τα πιο εύθραυστα.

Ανθρακούχο νερό:

- προκαλεί δυσπεψία, φούσκωμα, αρθρίτιδα, οστεοπόρωση και ουρητικά προβλήματα.
- μειώνει κατά 25% την ποσότητα οξυγόνου στο αίμα, για έως και 3 ώρες μετά την κατανάλωση.
- η κατανάλωση μερικών κουτιών ημερησίως στερεί το σώμα από το οξυγόνο, ώστε να διαταράσσεται η λειτουργία του ανοσοποιητικού συστήματος.

Καφεΐνη:

- προκαλεί αϋπνία, καρδιακές αρρυθμίες και αύξηση του ενδεχομένου στεφανιαίας καρδιακής νόσου.
- αυξάνει την έκκριση ασβεστίου στα ουρά αυξάνοντας και το ενδεχόμενο της οστεοπόρωσης.
- προκαλεί αφυδάτωση, (ιδιαίτερα όταν συνδυάζεται με ζάχαρη) επιβαρύνοντας το πεπτικό σύστημα και τα νεφρά.

Ζάχαρη:

• Ένα κουτάκι Coca cola περιέχει ολόκληρη την συνιστώμενη ημερήσια ποσότητα θερμίδων από ζάχαρη (ίση με 10 κουταλάκια του γλυκού).

Ασπαράμη: (υποκατάστατο ζάχαρης, βασικό συστατικό των αναψυκτικών διαίτης) :

• Είναι αναμφισβήτητα καρκινογόνα και έχει συνδεθεί με τόσες ασθένειες και οργανικές δυσλειτουργίες που είναι αδύνατον να απαριθμηθούν όλες εδώ. Συμπεριλαμβάνουν:

αποπληξίες, σπασμούς, κατάθλιψη, απώλεια μνήμης, αλλοίωση της όρασης, σοβαρές προσβολές άγχους, αρρυθμίες, εμμηνορροϊκά προβλήματα και προβλήματα ρύθμισης του σακχάρου και του αίματος.



Τι περιέχει η Κόκα-Κόλα μου;

Ο μύθος ότι το δημοφιλές αναψυκτικό περιέχει κόκα επανέρχεται συνεχώς στα διεθνή ΜΜΕ, και όχι μόνο λόγω του ονόματος του.

Πρόσφατες αποκαλύψεις από το μακρινό Περού περιπλέκουν περισσότερο τα πράγματα.

«Η Ενιαία Σύμβαση για τις Ναρκωτικές Ουσίες του ΟΗΕ περιέχει μια παράγραφο -το άρθρο 27- για την οποία οι Λατινοαμερικάνοι πιστεύουν ότι εισήχθη με αποκλειστικό σκοπό την εξυπηρέτηση των συμφερόντων της Coca-Cola Co.

Η παράγραφος αναφέρει: “Τα συμβαλλόμενα μέρη ενδέχεται να επιτρέψουν τη χρήση φύλλων κόκας για την παρασκευή αρωματικών εκχυλισμάτων (flavouring agents), εφόσον δεν θα περιέχουν αλκαλοειδή. Στο βαθμό που είναι απαραίτητα γι’ αυτό το σκοπό, είναι δυνατόν να επιτραπεί η παραγωγή, εισαγωγή, εξαγωγή, εμπορία και κατοχή τέτοιων φύλλων”».

Αυτή η παράξενη παράγραφος παρείσφρυσε σε ανταπόκριση του Μπερντ Ντεμπούσμαν από τη Βολιβία στο πρακτορείο Reuters, στα μέσα Φεβρουαρίου, που είχε θέμα την ανάληψη της εξουσίας από τον Έβο Μοράλες και τις σχέσεις του με τους κοκαλέρος (τους καλλιεργητές της κόκας).

Το κείμενο είναι διανθισμένο με γαργαλιστικά στοιχεία όπως το μενού που προσφέρθηκε στο πρώτο προεδρικό δείπνο: «Δεν είναι σύνηθες το πρώτο προεδρικό δείπνο να δίνει το στίγμα του αναπτυξιακού σχεδιασμού μιας χώρας.

Ωστόσο, αυτό ακριβώς συνέβη στην περίπτωση του νέου προέδρου της Βολιβίας Έβο Μοράλες τον περασμένο μήνα. Στο μμενού υπήρχαν κέικ από το φυτό της κόκας, μμπισκότα από κόκα, κρασί από κόκα και γλυκά από κόκα».

Αναφέρει επίσης δήλωση του νέου υπουργού Εξωτερικών της χώρας, Ντέιβιντ Τσοκεχουάνκα, σύμφωνα με την οποία «η κόκα πρέπει να μπει στις σχολικές καντίνες επειδή

περιέχει περισσότερο ασβέστιο από το γάλα».

Τι σχέση λοιπόν μπορεί να έχει «η εξυπηρέτηση των συμφερόντων της Coca-Cola» με ένα τέτοιο θέμα; Και πού κολλάει το αγαπημένο αναψυκτικό με την Ενιαία Σύμβαση του ΟΗΕ για τις ναρκωτικές ουσίες;

Η σχέση της κόκας με την Coca-Cola στο μυαλό του ανυποψίαστου καταναλωτή μοιάζει με έναν από εκείνους τους μύθους που κατατρέχουν τους... πετυχημένους. Στην περίπτωση της Coca-Cola, δύο είναι οι «διάσημοι μύθοι».

Και οι δύο έχουν σχέση με τη συνταγή. Σύμφωνα με τον πρώτο «μύθο», τη συνταγή τη γνωρίζουν μόνο δύο στελέχη της πολυεθνικής, τα οποία μάλιστα ουδέποτε ταξιδεύουν με το ίδιο αεροπλάνο κ.λπ. κ.λπ.

Ο δεύτερος «μύθος» βάζει στη συνταγή του μελανού δροσιστικού αναψυκτικού που πάει με όλα, μια τόση δα, ελάχιστη δόση κοκαΐνης. Για τη γεύση. Ίσως και για μια σταλιά ευφορίας.

Ο πρώτος, που αφορά το επτασφράγιστο μυστικό της συνταγής και το πόσοι το γνωρίζουν, μάλλον έχει με τα χρόνια καταρριφθεί. Ο δεύτερος όμως;

Συνεχίζει ο Μπερντ Ντεμπούσμαν: «Η Coca-Cola, παρασκευάστρια του αναψυκτικού με τις μεγαλύτερες πωλήσεις στον κόσμο, έχει ως πάγια τακτική να αρνείται το σχολιασμό για το θέμα της κόκας, τονίζοντας ότι τα συστατικά του μείγματος είναι εμπορικό μυστικό. Ωστόσο, εκπρόσωποι της εταιρείας έχουν διαψεύσει ότι η εταιρεία αγοράζει φύλλα κόκας. Ένας ισχυρισμός ο οποίος τυπικά ευσταθεί.

Η μόνη εταιρεία που έχει το δικαίωμα νόμιμης εισαγωγής φύλλων κόκας στις ΗΠΑ είναι η Stepan Co., με έδρα το Maywood του New Jersey. Η συγκεκριμένη εταιρεία αποφεύγει τόσο πολύ τα φώτα της δημοσιότητας, που δεν έχει καν τμήμα δημοσίων σχέσεων ή

εκπρόσωπο Τύπου. (...) Σύμφωνα με τα επίσημα και δημοσιευμένα στοιχεία, η Stepan, με την άδεια της αρμόδιας αμερικάνικης αρχής Drug Enforcement Administration (DEA), εισάγει περίπου 172.000 κιλά ετησίως.

Η άδεια πρέπει να ανανεώνεται κάθε χρόνο».

Σύμφωνα με το ρεπορτάζ του Reuters, η τελευταία αίτηση για ανανέωση της άδειας είχε υποβληθεί στις 29 Μαρτίου του 2005. Πριν από λίγες μέρες, λογικά, θα πρέπει να δόθηκε η έγκριση και για το επόμενο έτος.

Τι γίνονται τα φύλλα κόκας που εισάγει η Stepan; Ο δημοσιογράφος του Reuters δίνει την απάντηση: «Τμήμα του εισαχθέντος προϊόντος μετατρέπεται σε κοκαΐνη η οποία χρησιμοποιείται κυρίως ως τοπικό αναισθητικό στην οδοντιατρική και σε χειρουργικές επεμβάσεις στο αυτί, τη μύτη και το λαιμό.

Το υπόλοιπο μετατρέπεται σε αρωματικό εκχύλισμα (flavouring extract) για την Coca-Cola, μέσα από μια διαδικασία κατά την οποία αφαιρείται το ενεργό συστατικό της κοκαΐνης».

Η στάση της εταιρείας

Η εταιρεία Coca-Cola Co. ουδέποτε έχει παραδεχτεί ότι στην παραγωγική διαδικασία χρησιμοποιούνται φύλλα κόκας. Παρά το γεγονός ότι είναι ιστορικά αποδεδειγμένο ότι τουλάχιστον τα πρώτα χρόνια το φύλλο κόκας μαζί με το εκχύλισμα από τον καρπό του φυτού κόλα ήταν αναπόσπαστα μέρη της συνταγής, στο επίσημο site της εταιρείας (www.cocacola.com) δεν υπάρχει καμιά απολύτως αναφορά στο «αμαρτωλό παρελθόν».

ΟΙ ΑΙΩΝΙΟΙ ΑΝΤΙΠΑΛΟΙ.

Γιατί πίνετε Coca-Cola (κι όχι Pepsi-Cola);

 Για να δροσισθείτε; Για να χωνέψετε; Γιατί δεν μπορείτε να μην την πιείτε; Από συνήθεια; Γιατί την προτιμάτε σε σχέση με την Pepsi; Σε τι διαφέρει για εσάς η Coca-Cola από την Pepsi; (Παρακάτω θα διαβάσετε τι συμβαίνει μέσα -κυριολεκτικά- στο μυαλό σας όταν πίνετε Coca-Cola).

COCA-COLA VS PEPSI: ΟΙ ΑΙΩΝΙΟΙ ΑΝΤΙΠΑΛΟΙ

Στα μέσα της δεκαετίας του 1970 ο γίγαντας που ακούει στο όνομα Coca-Cola είχε αρχίσει να έχει προβλήματα: στο διάστημα 1976-1978 ο ρυθμός ανάπτυξης της Coca-Cola έπεσε από το 13% στο 2% ετησίως.

Εν τω μεταξύ, η Pepsi Cola είχε ανοδική πορεία χάρη στο μάρκετινγκ που εφάρμοζε. Μία από τις πιο επιτυχημένες ενέργειες μάρκετινγκ της Pepsi Cola ήταν η διαφημιστική εκστρατεία “Pepsi Generation” με την οποία κατάφερε να συσχετισθεί με έννοιες όπως “νεότητα”, “ζωτικότητα”, “καινούργιο” και να κερδίσει έτσι τους baby boomers που αποτελούσαν και το μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς.

Επιπλέον, η Pepsi Cola ξεκίνησε το “Pepsi Challenge”, μία σειρά από blind taste tests τα οποία έδειχναν ότι οι καταναλωτές προτιμούσαν την Pepsi Cola σε σχέση με την Coca-Cola. Από την πλευρά της, η Coca-Cola έκανε τα δικά της blind taste tests τα οποία, δυστυχώς για την ίδια, είχαν το ίδιο αποτέλεσμα με τα τεστ της Pepsi Cola: οι καταναλωτές προτιμούσαν την Pepsi-Cola!

Η Pepsi-Cola συνέχιζε να κερδίζει έδαφος εις βάρος της Coca-Cola παρά το γεγονός ότι η τελευταία ξόδευε περίπου \$100 εκατ. περισσότερα σε διαφήμιση, είχε διπλάσια σε αριθμό μηχανήματα αυτόματης πώλησης, κυριαρχούσε στο shelf space και είχε ανταγωνιστική τιμή.



ΑΚΟΜΗ ΚΑΙ Η COCA-COLA ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΑΠΟΤΥΧΕΙ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η Coca-Cola, βλέποντας ότι έχανε μερίδιο αγοράς παρά την κυριαρχία της τόσο σε επίπεδο διαφήμισης όσο και σε επίπεδο διανομής, θεώρησε ότι το πρόβλημα βρισκόταν στο προϊόν της αυτό καθαυτό και συγκεκριμένα στη γεύση του -αυτό έδειχναν άλλωστε και οι έρευνες μάρκετινγκ που έκανε.

Έτσι, παρασκεύασε την New Coke που είχε πιο γλυκιά γεύση από την κλασική Coca-Cola. Σε μία από τις μεγαλύτερες έρευνες μάρκετινγκ που έχουν γίνει ποτέ, η εταιρεία ξόδεψε \$4 εκατ. για να κάνει ένα blind taste test στο οποίο συμμετείχαν περίπου 200.000 άνθρωποι. Τα αποτελέσματα ήταν παραπάνω από ενθαρρυντικά: οι περισσότεροι συμμετέχοντες (γύρω στο 60%) προτίμησαν την New Coke έναντι τόσο της κλασικής Coca-Cola όσο και της Pepsi-Cola.

Ορμώμενη από αυτά τα αποτελέσματα, η εταιρεία αποφάσισε να αποσύρει την κλασική Coca-Cola και να εισαγάγει στην αγορά την New Coke.

Στις 23 Απριλίου 1985 η New Coke εισήχθη στην αγορά και, λίγες μέρες αργότερα, σταμάτησε η παραγωγή της κλασικής Coca-Cola. Μολονότι η εταιρεία περίμενε ότι κάποιοι πελάτες της θα διαμαρτυρόντουσαν δεν μπορούσε να φανταστεί το τι πραγματικά θα γινόταν.

Σχεδόν έναν μήνα μετά την εισαγωγή της New Coke, η εταιρεία δεχόταν περίπου 5.000 τηλεφωνήματα δυσαρεστημένων πελατών τη μέρα κι άλλες τόσες επιστολές. Το κύμα

διαμαρτυρίας, υποβοηθούμενο κι από την δημοσιότητα που πήρε το θέμα χάρη στα media, εξαπλωνόταν σε όλη τη χώρα και δυνάμωνε συνεχώς.

Τελικά, στις 11 Ιουλίου 1985 η εταιρεία αποφάσισε να επαναφέρει την κλασική Coca-Cola κρατώντας παράλληλα στην αγορά την New Coke. Η New Coke έμελλε να μείνει στην ιστορία του μάρκετινγκ ως μία από τις πιο αποτυχημένες ενέργειες μάρκετινγκ που έγιναν ποτέ.

ΤΙ ΠΗΓΕ ΣΤΡΑΒΑ;

Πώς είναι δυνατόν μια εταιρεία του μεγέθους της Coca-Cola που αναμφίβολα γνωρίζει το μάρκετινγκ απ' έξω κι ανακατωτά να αποτύχει παταγωδώς με την New Coke; Άλλωστε, το λανσάρισμα του προϊόντος έγινε, όπως είδαμε, κατόπιν ενδελεχούς έρευνας μάρκετινγκ.

Η έρευνα μάρκετινγκ που πραγματοποίησε η Coca-Cola, όμως, είχε ένα βασικό λάθος: μέτρησε με ακρίβεια το λάθος πράγμα. Επικεντρώθηκε στη γεύση του προϊόντος (θεωρώντας εξ αρχής, όπως είδαμε, ότι η γεύση ήταν ο λόγος που οι καταναλωτές αγοράζουν το προϊόν) και αγνόησε άλλες παραμέτρους της συμπεριφοράς του καταναλωτή.

Ωστόσο, όπως έδειξαν οι εξελίξεις, για τους καταναλωτές η Coca-Cola δεν είναι απλώς ένα ακόμη soft drink. Η Coca-Cola δεν είναι γι' αυτούς "Νερό, Ζάχαρη, Διοξείδιο Άνθρακα, Καραμελόχρωμα, Φωσφορικό Οξύ, Αρωματικές Ουσίες, Καφεΐνη".

Όπως ανέφερε ο τότε COO της Coca-Cola Donald Keough την ημέρα επαναφοράς της κλασικής Coca-Cola στην αγορά:

The simple fact is that all the time and money and skill poured into consumer research on the new Coca-Cola could not measure or reveal the deep and abiding emotional attachment to original Coca-Cola felt by so many people. The passion for original Coca-Cola -and that is the word for it, passion- was something that caught us by surprise. It is a wonderful American

mystery, a lovely American enigma, and you cannot measure it any more than you can measure love, pride or patriotism.

Με άλλα λόγια, η Coca-Cola έχει για τους καταναλωτές συμβολική αξία (symbolic value), έχει δημιουργήσει συγκεκριμένους συσχετισμούς (brand associations) στο μυαλό τους, έχει καταφέρει αυτό που προσπαθεί να καταφέρει ο marketer κάθε προϊόντος: να δημιουργήσει ισχυρό brand.

ΜΙΛΩΝΤΑΣ ΓΙΑ ΙΣΧΥΡΑ BRAND: THIS IS YOUR BRAIN ON COKE!

Εδώ και πολλά χρόνια οι marketer αναρωτιούνται γιατί η Coca-Cola πουλάει περισσότερο από την Pepsi-Cola παρά το ότι η τελευταία προτιμάται από τους καταναλωτές στα blind taste tests. Το λογικό συμπέρασμα είναι ότι αυτό οφείλεται, κατά κάποιον τρόπο, στις διαφημιστικές ενέργειες της Coca-Cola.

Σήμερα, χάρη σε διάφορες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται στις νευροεπιστήμες (π.χ. EEG, fMRI), οι marketer είναι σε θέση να δούνε -κυριολεκτικά- τι γίνεται στον εγκέφαλο των καταναλωτών σε διάφορες καταστάσεις.

Ο Samuel M. McClure et al, ερευνητής στο Center for the study of Brain, Mind, & Behavior, Department of Psychology, Princeton University, εξέτασε στη μελέτη του *“Neural correlates of behavioral preference for culturally familiar drinks”* ακριβώς αυτό: γιατί ενώ η Coca-Cola και η Pepsi-Cola είναι σχεδόν όμοιες από χημικής απόψεως, οι καταναλωτές δείχνουν ισχυρή προτίμηση για την μία ή την άλλη.

Με δυο λόγια, οι ερευνητές έδωσαν στους συμμετέχοντες στην έρευνα να πιούμε είτε Coca-Cola είτε Pepsi-Cola χωρίς όμως να γνωρίζουν ποιο συγκεκριμένο brand πίνουν ενώ βρισκόντουσαν μέσα σε ένα fMRI scanner. Τα αποτελέσματα ήταν περίπου τα ίδια και για τα δύο αναψυκτικά τα οποία προκάλεσαν ισχυρή και παρόμοια αντίδραση σε ένα μέρος του εγκεφάλου το οποίο ονομάζεται ventral putamen και το οποίο θεωρείται ότι είναι το “μητρώο” της ικανοποίησης.

Έπειτα, επανέλαβαν το τεστ αλλά αυτήν τη φορά οι συμμετέχοντες γνώριζαν εάν πίνουν Coca-Cola ή Pepsi-Cola και τα τρία τέταρτα αυτών δήλωσαν ότι η Coca-Cola είχε καλύτερη

γεύση. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι, μολονότι και τα δύο brand ενεργοποίησαν σε παρόμοιο βαθμό το ventral putamen, οι συμμετέχοντες που γνώριζαν ότι έπιναν την Coca-Cola εκδήλωσαν ενεργοποίηση και του medial prefrontal cortex, ενός μέρους του εγκεφάλου το οποίο συσχετίζεται με την ανώτερη σκέψη, την αξιολόγηση και την εικόνα του εαυτού (self-image).

Επομένως, οι συσχετισμοί (brand associations) που έχει δημιουργήσει μέσω των διαφημίσεών του εδώ και χρόνια το brand Coca-Cola υπερίσχυσαν της αίσθησης της γεύσης. Με άλλα λόγια, τα διαφημιστικά μηνύματα φαίνεται να επέδρασαν σε μέρη του εγκεφάλου τα οποία διαμορφώνουν τις προτιμήσεις.

Επί τη ευκαιρία, αυτή η σύζευξη νευροεπιστήμης και μάρκετινγκ ακούει στο trendy όνομα neuromarketing. Μολονότι στο εγγύς μέλλον θα ακούσετε πολλά και... τρομερά για το neuromarketing (κυρίως από τους πολέμιους του μάρκετινγκ) γεγονός παραμένει ότι αυτήν την στιγμή το neuromarketing είναι ένα ακόμη buzzword, ένα fad. Ως συνήθως, “more research is needed”.



Η ΜΥΣΤΙΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ ΣΤΑ ΧΕΡΙΑ ΤΩΝ ΑΝΤΙΠΑΛΩΝ

Σάλος έχει ξεσπάσει στην Ατλάντα των Ηνωμένων Πολιτειών από την είδηση ότι 3 υπάλληλοι της Coca Cola συνελήφθησαν γιατί προσπάθησαν να πουλήσουν τη συνταγή του πιο διάσημου αναψυκτικού στον κόσμο στην αντίπαλη εταιρεία , την Pepsi . Σύμφωνα με το ειδησεογραφικό πρακτορείο Associated press , αλλά και εκτενή ρεπορτάζ που μεταδίδει το αμερικανικό τηλεοπτικό δίκτυο CNN , οι τρεις υπάλληλοι , Joya Williams 41ετών , Ibrahim Dimson, 30 , και ο 43χρονος Edmund Duhaney , ‘έσπασαν’ τα αρχεία της εταιρείας στην οποία εργάζονταν , με σκοπό να αποσπάσουν από την Pepsi, το ποσόν του 1,5 εκατομμυρίου δολαρίων. Οι υπεύθυνοι της Pepsi όμως είχαν στήσει μια πολύ έξυπνη παγίδα για να δουν πως θα αντιδράσουν οι υπάλληλοι και συνεργάζονταν ταυτόχρονα με το FBI , προκειμένου να αποκαλύψουν το τεράστιο σκάνδαλο . ;Έτσι , μετά από την αντίστοιχη προσέγγιση που τους έγινε από τους υπαλλήλους , υπέβαλλαν μυστική πρόταση να ...αγοράσουν τη μαγική συνταγή .

FBI και Pepsi συνεργάστηκαν για έξι εβδομάδες , μέχρι που τελικά αποκαλύφθηκε ότι οι τρεις υπάλληλοι λειτουργούσαν με ψευδώνυμο για να πουλήσουν τη συνταγή στην αντίπαλη εταιρεία . Η μετάδοση των πληροφοριών έγινε μέσω ηλεκτρονικών μηνυμάτων , αλλά και αντιγράφων των αρχείων της εταιρείας , τα οποία οι τρεις υπάλληλοι τοποθετούσαν κατά διαστήματα σε πλαστικές ή χάρτινες σακούλες , που άρπαζαν από καταστήματα ένδυσης ή υπόδησης , έτσι ώστε να μην προκαλέσουν . Μάλιστα , ερασιτεχνικό βίντεο κατέγραψε την Williams να ψάχνει έντρομη , αρχεία της εταιρείας της , αλλά και να τοποθετεί ένα μπουκαλάκι με υγρό αναψυκτικό στην τσάντα της , λίγο πριν φύγει από το γραφείο της .

‘Ο ανταγωνισμός μπορεί να είναι πολύ σκληρός , πρέπει όμως να είναι δίκαιος και νόμιμος’ , δήλωσε ο εκπρόσωπος της Pepsi Ντέιβ Ντε Σέκο , ενώ η Coca Cola ευχαρίστησε την Pepsi για τη συνεργασία της , αναφέροντας σε χαρακτηριστική της δήλωση ότι η εχεμύθεια των πληροφοριών της , είναι ό,τι το αίμα για τον ανθρώπινο οργανισμό . Φυσικά οι τρεις υπάλληλοι έχουν συλληφθεί και θα οδηγηθούν ενώπιον της δικαιοσύνης ιστορίας του αγαπημένου αναψυκτικού.



ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ COCA COLA

- ✓ Άμα βάλεις μία μπριζόλα μέσα σε ένα μπολ με Coca-Cola θα έχει εξαφανιστεί μετά από δύο μέρες.
- ✓ Για να καθαρίσεις μια τουαλέτα, χύσε μέσα μία Coca-Cola, άσε την "γνήσια γεύση" να καθίσει για μια ώρα και τράβα το καζανάκι. Θα έχει καθαρίσει τελείως. Το κιτρικό οξύ καθαρίζει ότι έχει μείνει πάνω σε υαλώδη αντικείμενα.
- ✓ Για να βγάλεις τη σκουριά από έναν προφυλακτήρα χρωμίου αυτοκινήτου, τρίψε την με ένα κομμάτι αλουμινόχαρτο βουτηγμένο σε Coca-Cola.
- ✓ Για να καθαρίσεις τις επαφές μιας μπαταρίας αυτοκινήτου, χύσε πάνω τους μια Coca-Cola.
- ✓ Για να χαλαρώσεις μια σκουριασμένη βίδα (με παξιμάδι) βάλε πάνω της ένα κομμάτι ύφασμα με Coca-Cola για αρκετά λεπτά .
- ✓ Για να βγάλεις γράσο από κάποιο ρούχο, πρόσθεσε μια Coca-Cola στο πλυντήριο μαζί με το απορρυπαντικό και βάλε μια κανονική πλύση. Η Coca-Cola θα βοηθήσει να φύγουν οι λεκέδες.

- ✓ Η Coca-Cola καθαρίζει επίσης τις θολούρες από το παρμπρίζ του αυτοκινήτου.
- ✓ Η Coca-Cola έχει φωσφορικό οξύ με pH 2.8. Μπορεί να διαλύσει ένα καρφί μέσα σε τέσσερις μέρες. (Το pH έχει τιμές από 1=οξύ μέχρι 14=βάση. Ένα pH 7.0 θεωρείται ουδέτερο.)
- ✓ Για να μεταφερθεί το κύριο συμπυκνωμένο διάλυμα της Coca-Cola πρέπει το φορτηγό να χρησιμοποιήσει το σήμα "Hazardous Material", που σημαίνει "Υψηλού Κινδύνου Υλικό".
- ✓ Οι εταιρείες που διαθέτουν την Coca-Cola την χρησιμοποιούν για να καθαρίζουν τις μηχανές των φορτηγών τους εδώ και είκοσι χρόνια!
- ✓ Σε πολλές πολιτείες της ΗΠΑ οι αστυνομικοί κουβαλάνε δύο γαλόνια Coca-Cola σε ένα φορτηγό για να καθαρίζουν τα αίματα από τους δρόμους μετά από ένα δυστύχημα.



Introducing New Coca Cola Cleaner

- **Cleans toilet bowls**
- **All surfaces!**
- **Removes rust**
- **Removes grease**



✓ Για να φτιάξεις ένα ζουμερό χοιρινό, ρίξε μία Coca-Cola μέσα στο ταψί. Βάλε το κρέας μέσα σε αλουμινόχαρτο και βάλτο να ψηθεί στο ταψί. Τριάντα λεπτά πριν είναι έτοιμο βγάλε το αλουμινόχαρτο και άφησε του ζουμί να αναμειχθεί με την Coca-Cola. Θα φτιάξει ένα καταπληκτικό ζουμί

✓ Για να εξουδετερώσει ο οργανισμός κάθε κουτάκι COCA COLA που καταναλώνεται χρειάζεται 32 ποτήρια νερού.

COCA COLA Θέλει κανείς???

ΠΑΡΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΑ ΠΡΩΤΑ 60 ΛΕΠΤΑ

Ξέρουμε όλοι ότι ο κατακόκκινος χαμογελαστός παχουλούλης ασπρομούσης άγιος είναι δημιούργημα της Coca Cola και μάλιστα λένε ότι ένας αλκοολικός διαφημιστής τον έφτιαξε κατ' εικόνα και κατ' ομοίωση (γι' αυτό και τα κόκκινα μαγουλάκια και μύτη).

Φέτος καλύτερα όμως να μην πιείτε αυτό το αναψυκτικό. Δεν ξέρετε τι συμβαίνει όταν πίνετε Coca Cola? Διαβάστε παρακάτω για να μάθετε:

✓ Τα πρώτα 10 λεπτά: 10 κουταλιές ζάχαρης εισχωρούν στο σύστημά σας. (100% της προτεινόμενης ημερήσιας χρήσης.) Ο λόγος που δεν κάνετε αμέσως εμετό από την υπερβολική δόση ζάχαρης είναι το φωσφορικό οξύ που κόβει την γεύση και σας επιτρέπει να κρατήσετε το αναψυκτικό στο στομάχι σας.

✓ 20 λεπτά: Το ζάχαρό σας προκαλεί μια έκρηξη ινσουλίνης. Το συκώτι σας ανταποκρίνεται σε αυτό , μετατρέποντας όση ζάχαρη μπορεί σε λίπος (και υπάρχει πολύ ζάχαρη αυτή τη στιγμή).

✓ 40 λεπτά: Η απορρόφηση καφεΐνης έχει ολοκληρωθεί. Οι κόρες σας διαστέλλονται, η πίεση του αίματος αυξάνεται και το συκώτι συνεχίζει να ρίχνει ζάχαρη στο αίμα. Οι δέκτες αδενosίνης στον εγκέφαλό σας φράζουν αποτρέποντας την υπνηλία.

✓ 45 λεπτά: Το σώμα σας ανεβάζει την παραγωγή ντοπαμίνης, ερεθίζοντας τα κέντρα ευχαρίστησης στον εγκέφαλό σας. Είναι ο ίδιος τρόπος που λειτουργεί και η ηρωίνη.

✓ >60 λεπτά: Το φωσφορικό οξύ δεσμεύει το ασβέστιο, το μαγνήσιο και τον ψευδάργυρο στο χαμηλότερο έντερό σας, παρέχοντας μιας περαιτέρω ώθηση στο μεταβολισμό. Αυτό γίνεται από τις υψηλές δόσεις της ζάχαρης και των τεχνητών γλυκαντικών ουσιών που αυξάνουν επίσης την ουρική έκκριση του ασβεστίου.



✓ >60 λεπτά: Οι διουρητικές ιδιότητες της καφεΐνης κάνουν παιχνίδι. (Σας κάνει να πρέπει να κατουρήσετε.) Τώρα βεβαιώνεται ότι θα εκκενώσετε το συνδεδεμένο ασβέστιο, το μαγνήσιο και τον ψευδάργυρο που πήγαινε στα κόκαλα σας καθώς επίσης και το νάτριο, τον ηλεκτρολύτη και το νερό.

✓ >60 λεπτά: Δεδομένου ότι το γανι μέσα σας πεθαίνει, θα αρχίσετε να έχετε μια συντριβή ζάχαρης. Μπορεί να γίνετε οξύθυμοι ή/και αργόστροφοι. Έχετε επίσης τώρα, κυριολεκτικά, κατουρήσει όλο το νερό που περιείχε η Coke, μαζί με τις πολύτιμες θρεπτικές ουσίες που το σώμα σας θα μπορούσε να έχει χρησιμοποιήσει για να ενυδατώσει το σύστημά σας ή να χτίσει τα ισχυρά κόκαλα και τα δόντια.

Καλά Χριστούγεννα Santa Claus, δεν θα σου κάνω τη χάρη να πω coca cola φέτος . Θα πω κρασάκι!!!

ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΕΣ ΠΑΡΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Ο μέσος όρος pH των αναψυκτικών, π.χ. Coke & Pepsi είναι 3.4. Αυτή η ποσότητα οξύ είναι αρκετά δυνατή να διαλύσει δόντια και κόκαλα! Το σώμα μας σταματάει να χτίζει τα κόκαλα περίπου στην ηλικία των 30. Μετά από αυτή την ηλικία αρχίζει να διαλύει τα κόκαλα κάθε χρόνο μέσα από τα ούρα μας, εξαρτώμενο όμως πάντα από την οξύτητα του φαγητού που λαμβάνει. Το διαλυμένο ασβέστιο καταλήγει από τις αρτηρίες, τα αιμοφόρα αγγεία, το δέρμα, τους ιστούς και τα διάφορα όργανα, στα νεφρά με αποτέλεσμα την δημιουργία της πέτρας στα νεφρά.

Τα αναψυκτικά δεν έχουν καθόλου φυσικά στοιχεία (σε αντίθεση με τις βιταμίνες και το φυσικό νερό). Έχουν περισσότερη ζάχαρη, υψηλότερη οξύτητα και χρωστικά. Μερικοί άνθρωποι προτιμούν να πίνουν ένα αναψυκτικό μετά από κάθε γεύμα.

Φαντάζεστε ποιο είναι το αντίκτυπο?

Το αντίκτυπο?

Το σώμα μας έχει μία ενδεικτική τιμή 370 για την λειτουργία της χώνευσης των ένζυμων. Η θερμοκρασία των αναψυκτικών είναι κατά πολύ μικρότερη από 37, μερικές φορές είναι πολύ κοντά στο 0. Αυτή η διαφορά θερμοκρασίας έχει σαν αποτέλεσμα να επηρεάζεται η διαδικασία των ένζυμων και να δημιουργεί stress στο χωνευτικό μας σύστημα κι αυτό να χωνεύει λιγότερο φαγητό. Στην πραγματικότητα το φαγητό ζυμώνεται. Το ζυμωμένο φαγητό προκαλεί δυσσομία, αέρια, αποσύνθεση και δημιουργεί τοξικά, τα οποία απορροφούνται από τα έντερα, κι έτσι περνάνε μέσα στο αίμα απ'όπου διοχετεύεται σε ολόκληρο το σώμα. Αυτή η εξάπλωση των τοξικών βοηθάει στην δημιουργία διαφόρων αρρωστιών.

Μερικά παραδείγματα:

- Πριν μετρικούς μήνες, έγινε ένας διαγωνισμός στο πανεπιστήμιο Delhi «Ποιος θα πει την περισσότερη Coke;" Ο νικητής ήπιε 8 μπουκάλια και πέθανε επί τόπου από την υπερβολική δόση «μελανικής διοξίνης» στο αίμα του και μη επαρκής οξυγονώσεως. Από τότε, ο πρύτανης απαγόρευσε τα αναψυκτικά από την καντίνα του πανεπιστημίου.

Κάποιος έβαλε ένα σπασμένο δόντι σε ένα μπουκάλι Pepsi όπου μετά από 10 ημέρες αυτό διαλύθηκε! Τα δόντια και τα κόκαλα είναι τα μόνο ανθρώπινα όργανα που μένουν άθικτα αρκετό καιρό μετά από τον θάνατό μας.

Φανταστείτε τι μπορεί να κάνει αυτό το αναψυκτικό στα ευαίσθητα έντερά σας και στο εσωτερικό του στομαχιού σας!

MARTYRIA

Σε σφραγισμένο μπουκάλι του ενάμιση λίτρου της coca-cola βρήκα χτες κάποιους οργανισμούς, πιθανότατα έντομα , που διακρίνονταν δια γυμνού οφθαλμού στην επιφάνεια του υγρού.

Έτσι οι οποίες αμφιβολίες μου που είχα απο σχετικά ακούσματα στο παρελθόν έλαβαν το τεκμήριο τους και διαλύθηκαν.

Είναι μάλλον έντομα , αλλοιωμένα πλέον πρασινισμένα με δύσκολα διακριτά τα φτερά τους(ενδεχομένως).Αυτά διακρίνονται , όπως είπα , απο την επιφάνεια .Το τι έχει παρακάτω ο ...βυθός ...άγνωστος.

Το σχήμα των σωματιδίων
ότι είναι και δυσδιάκριτα και



αυτών δημιουργεί τον τρόπο απο το γεγονός
δεν μπορούμε με σιγουριά να πούμε τι είναι.

10 λόγοι για να

σταματήσω την Coca Cola

1. Η Coca Cola βλάπτει σοβαρά την υγεία.

2. Η Coca Cola είναι μεταλλαγμένη.

3. Η Coca Cola προκαλεί εθισμό.

4. Η Coca Cola μολύνει τις υδροφόρες πηγές με τα απόβλητά της σε πολλές χώρες του κόσμου.



5. Η Coca Cola χρησιμοποιεί τεράστιες ποσότητες κόκας ενώ την ίδια στιγμή στηρίζει την πολιτική των ΗΠΑ που με το Plan Colombia προσπαθεί να καταστρέψει τους καλλιεργητές φύλλων κόκας.

6. Η Coca Cola κρατάει το νερό που είναι για όλους, και συντάσσεται με τις νεοφιλελεύθερες πολιτικές με σκοπό την ιδιωτικοποίηση του νερού. Από την άλλη, προσπαθεί να το αντικαταστήσει πουλώντας το με τη μορφή αναψυκτικού.

7. Η Coca Cola χρηματοδοτεί την στρατιωτική πολιτική του Μπους ενάντια στους λαούς.

8. Η Coca Cola καταπατά τα ανθρώπινα δικαιώματα των εργαζομένων στα εργοστάσιά της με το να μη σέβεται τις συμβάσεις εργασίας.

9. Η Coca Cola διατηρεί σχέσεις με δολοφόνους, βασανιστές, εμπλέκεται σε εξαφανίσεις, απειλές θανάτου συνδικαλιστών και σχετίζεται με στρατιωτικούς και παραστρατιωτικούς που υπερασπίζονται τα συμφέροντά της.

10. Η Coca Cola καταστρέφει πολιτισμούς και παραδόσεις.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ.

1)Έχετε δει κι εσείς κάτι ανάλογο σε επώνυμα σκευάσματα-προϊόντα ? Ας περιοριστούμε στα απολύτως δικά μας βιώματα γιατί αν αρχίσουμε να μεταφέρουμε και των γνωστών μας καλά...

2)Είναι άραγε σωστό και πρόπον να τραβήξουμε , τα σύρουμε την εκάστοτε εταιρεία στα δικαστήρια ? Έχω αμφιβολίες καθότι

α)Είναι πανίσχυρες(θυμάστε το Perrier?τις διοξίνες σε mars,hemo κ.λ.π?)και δεν καμπτονται.Θα ξαναλειτουργούν κανονικά και β)Μπορεί κανείς να πάει για μαλλί και να βγει κουρεμένος όπως π.χ. ο παίκτης που ανατρέπεται(πεναλτι)και τρώει την κίτρινη κάρτα δίνουν τα πλαστά στην αστυνομία που συλλαμβάνει τον ίδιο(!!!) κ.λ.π. Και εξηγούμαι ακόμα περισσότερο. Όταν επέστρεψα το ύποπτο μπουκάλι εκεί που το αγόρασα ο συμπαθέστατος καταστηματάρχης πήρε αμέσως το μέρος μου. Αφού ζήτησε και συγγνώμη χωρίς στην ουσία να φταίει αυτός, κάλεσε τηλεφωνικά αμέσως τον διανομέα του. Η απάντηση; "Έχω δει κι αλλά τέτοια περιστατικά. Σε ένα απο αυτά που ο πελάτης πήγε στα δικαστήρια οι δικηγόροι της πανίσχυρης αυτής εταιρείας κατάφεραν και τον έβαλαν κατηγορούμενο για ...δόλο, δολιοφθορά ή κάπως έτσι!!!

ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΑ ΑΕΡΙΟΥΧΑ ΠΟΤΑ

Τα ανθρακούχα ποτά υπεύθυνα για τον καρκίνο

Η κατανάλωση αεριούχων ποτών ενδέχεται να αυξάνει τις πιθανότητες εμφάνισης ενός από τους πιο θανατηφόρους καρκίνους, του καρκίνου του οισοφάγου, σύμφωνα με χθεσινή αναφορά επιστημόνων. Πολλές από τις μελέτες που παρουσιάστηκαν κατά τη διάρκεια συνεδρίου, στο οποίο μετείχαν γαστρεντερολόγοι και ειδικοί στον καρκίνο, έδειξαν ότι η τροφή και τα ποτά που καταναλώνουμε, σχετίζονται με την εμφάνιση σειράς διαφορετικών καρκίνων.

Ομάδα ερευνητών του Tata Memorial, νοσοκομείου της Ινδίας, συνδέουν άμεσα την αύξηση τα τελευταία 50 χρόνια της κατανάλωσης ανθρακούχων ποτών με την καταγεγραμμένη αύξηση των ποσοστών καρκίνου του οισοφάγου στις ΗΠΑ. Σύμφωνα με τα στοιχεία των ερευνών, η κατά κεφαλήν κατανάλωση ανθρακούχων ποτών παρουσίασε αύξηση 450%, από 49 λίτρα κατά μέσο όρο το 1946, στα 224 λίτρα το 2000. Συγχρόνως, τα τελευταία 25 χρόνια τα ποσοστά καρκίνου του οισοφάγου για τους λευκούς Αμερικανούς αυξήθηκαν κατά 750%. Οι πάσχοντες από καρκίνο του οισοφάγου στις ΗΠΑ το 2003 έφθασαν τις 13.900, από τους οποίους οι 10.000 είναι άνδρες. «Ο αριθμός των κρουσμάτων καρκίνου του οισοφάγου ακολουθεί την αύξηση της κατανάλωσης ανθρακούχων αναψυκτικών», τόνισε μέλος της ερευνητικής ομάδας.



ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

I.Παρουσίαση του προβλήματος:

Το πρόβλημα το οποίο εξετάζουμε με την έρευνα μας είναι η coca cola και η αλλοίωση των ιστών. Οι δύο μεταβλητές του προβλήματος είναι coca cola (ανεξάρτητη) και η αλλοίωση των ιστών (εξαρτημένη).

II. Παρουσίαση του σκοπού και των κοινωνικών αναγκών που εξυπηρετεί η έρευνα:

Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε για να μελετήσουμε τη βλαβερή συμπεριφορά της coca cola στους ιστούς (ανθρώπινος αλλά και φυτικούς) και στα δόντια. Τα αποτελέσματα της έρευνας θα χρησιμοποιηθούν σε μελλοντικές έρευνες παρόμοιου περιεχομένου. Μέχρι σήμερα έχουν πραγματοποιηθεί διάφορες έρευνες όσων αφορά τις επιπτώσεις της coca cola στον άνθρωπο.

III. Διαμόρφωση της υπόθεσης:

Σύμφωνα με τις γνώσεις μας(από διαφημίσεις και άλλες ανακοινώσεις) για το παρόν θέμα υποθέσαμε ότι οι μεταβλητές [που στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι: ένα κομμάτι κρέας, ένα δόντι λαγού και φυτό(χόρτο)] θα αλλοιωθούν αν τα βάλουμε μέσα στην coca cola και τα αφήσουμε για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (δύο εβδομάδων) .

IV.Παράμετροι που θεωρούμε ότι δεν επηρεάζουν την έρευνα:

Οι παράμετροι οι οποίοι δεν θα επηρεάζουν τα αποτελέσματα των πειραμάτων συνεπώς και τις ενδείξεις είναι οι παρακάτω:

- ✓ Οι διάφοροι τύποι αναψυκτικών(π.χ. coca cola light,sprite, fanta)
- ✓ Η θερμοκρασία(υπό την οποία πραγματοποιήθηκαν τα πειράματα) και
- ✓ Η συμμετοχή του οξυγόνου.Δηλαδή τα σκευάσματα που περιείχαν την coca cola και τη μεταβλητή (κρέας , δόντι , φυτό) ήταν αεροστεγώς κλεισμένα.

Αν οι παραπάνω παράμετροι επηρέαζαν τα πειράματα τότε θα υπήρχε πρόβλημα στις επιθυμητές ενδείξεις που θα περιμέναμε από τα πειράματα . Πιθανόν αν οι παράμετροι συμμετείχαν στην διαδικασία των πειραμάτων τα αποτελέσματα δεν θα προέρχονταν από τα φυτικά αίτια.

V.Προσδιορισμός παραγόντων που επηρεάζουν την αξιοπιστία:

Η συνολική μελέτη και επεξεργασία των πειραμάτων διήρκεσε τέσσερις εβδομάδες μέσα στις οποίες τα πειράματα επαναλήφθηκαν δύο φορές. Το κάθε πείραμα διήρκεσε δυο εβδομάδες. Τα δείγματα τα οποία χρησιμοποιήσαμε ως μεταβλητές ήταν : ένα κομμάτι κρέας (για να εξετάσουμε την αλλοίωση στους ιστούς) , ένα δόντι συγκεκριμένα λαγού(για να εξετάσουμε την αλλοίωση στα δόντια και γενικά στα κόκαλα) και τέλος ένα χόρτο(για να εξετάσουμε την αλλοίωση στους φυτικούς οργανισμούς).

VI. Περιγραφή της διαδικασίας που ακολουθήθηκε:

Η διαδικασία για την εκτέλεση της πειραματικής έρευνας ξεκίνησε με:

1. Τον προσδιορισμό του προβλήματος
2. Πραγματοποίηση των πειραμάτων
3. Συλλογή πληροφοριών
4. Επεξεργασία των πληροφοριών
5. Συγκέντρωση των πληροφοριών και τακτοποίηση τους με μία λογική σειρά
6. παρουσίαση της έρευνας στην τάξη.

VII. Ορισμοί:

Ντοπαμίνη: Η ντοπαμίνη είναι ένας νευροδιαβιβαστής. Ένα χημικό μόριο το οποίο έχει την ιδιότητα να μεταφέρει μηνύματα από μια περιοχή του εγκεφάλου σε μίαν άλλη. Όταν λέμε «μηνύματα» εννοούμε συναισθήματα όπως η ευφορία και η ικανοποίηση συναισθήματα στα οποία η ντοπαμίνη έχει «ειδικευθεί». Η ντοπαμίνη θα λέγαμε ότι λειτουργεί σαν διακόπτης. Αν είμαστε κατηφείς και απογοητευμένοι, η αύξηση της παραγωγής της είναι ικανή να μας μεταφέρει σε μια κατάσταση χαρούμενης έξαρσης. Ένα ερωτικό αγκάλιασμα, ένα φιλί, ένα μουσικό κομμάτι, μια επιδοκιμασία, η επίτευξη ενός στόχου είναι τέλειες αιτίες για να ανοίξουν ανεπιφύλακτα οι κρουνοί της ντοπαμίνης. Αναπόφευκτα, ακριβώς το ίδιο μπορεί να προκληθεί μέσω της κατανάλωσης οινόπνευματων, τσιγάρων ή ναρκωτικών ουσιών.

Αδενοσίνη: Η αδενοσίνη είναι μια ορμόνη (ουσία που επιδρά σε διάφορα όργανα του σώματος) που παράγεται στον εγκέφαλο και προκαλεί νύστα όταν κουραζόμαστε.

Rave :(σημασία) Εξαιρετικά επαινετικός ή εγκωμιαστικός, διθυραμβικός

Neuromarketing:είδος marketing

Buzzword: ευρύτατα χρησιμοποιούμενη λέξη ειδικής ή τεχνικής ορολογίας.

Fad: Μανία

VIII.Συμπεράσματα:

Συμπεράναμε ότι οι μεταβλητές αλλοιώθηκαν στην coca cola πράγμα που συμπίπτει αλλά όχι ακριβώς με την υπόθεση στην αρχή της έρευνα μας . Βασικά η αλλοίωση δεν ήταν ολική όπως ακριβώς περιμέναμε αλλά μερική. Συγκεκριμένα :

1. Το κομμάτι κρέατος διασπάστηκε στους ιστούς του (όπως ακριβώς περιμέναμε)
2. Το φυτό άλλαξε χρώμα (από πράσινο έγινε καφέ σκούρο)
3. Το δόντι αλλοιώθηκε και φαινόταν σαν να είχε σαπίσει .

Άρα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η coca cola αλλοιώνει τους ανθρώπινους ιστούς , τους φυτικούς ιστούς ,τα δόντια και κατά συνέπεια και τα κόκαλα .

IX. Προτάσεις για συμπληρωματική έρευνα:

Οι προτάσεις μας για συμπληρωματική έρευνα είναι:

1. φαρμακευτική αγωγή σε συνδυασμό με coca cola
2. Οι επιπτώσεις της coca cola σε παιδιά κάτω των δώδεκα ετών.

X. Βιβλιογραφία-webliography

<http://bizwriter.wordpress.com>

<http://www.sansimera.gr>

<http://archipelagos.gr>

<http://www.focusmag.gr>

<http://www.buzzphigita.net>

www.galera.gr

www.killercoke.org

www.kathimerini.gr