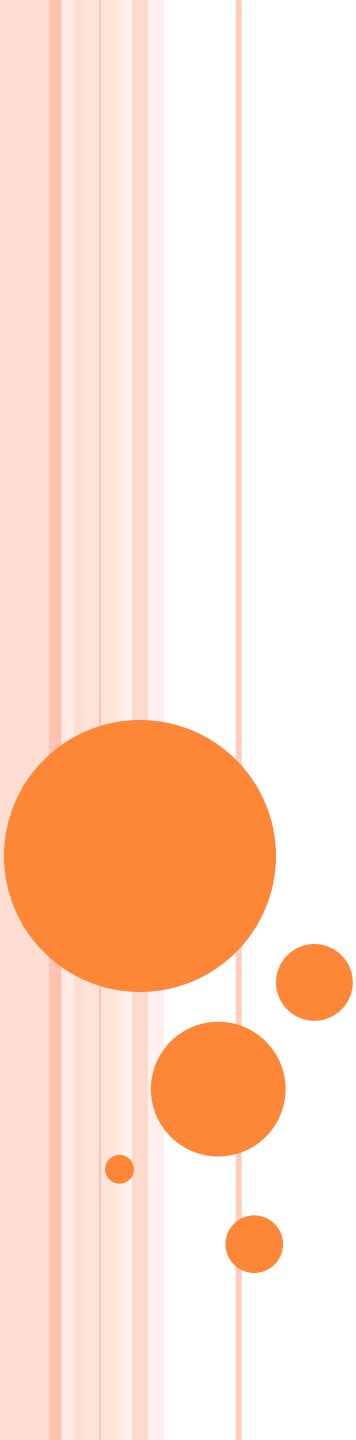




ÉRZÉKSZERV MINŐSÍTÉSI MÓDSZEREK A PÁLINKA MINŐSÍTÉSÉBEN

Dr. Gere Attila



MSZ 9600 - ÚTMUTATÓ A SZESZES ITALOK ÉRZÉKSZERVI VIZSGÁLATÁHOZ

3.2. A PÁLINKA ÁLTALÁNOS ÉRZÉKSZERV TULAJDONSÁGAI

- 3.2.1. Gyümölcsösség
- 3.2.2. Harmónia
- 3.2.3. Hibás pálinka
- 3.2.4. Illat
- 3.2.5. Intenzitás
- 3.2. 6. Íz
- 3.2.7. Íztartósság
- 3.2. 8. Szín

3.3. A PÁLINKA ESETÉBEN ELŐFORDULÓ TECHNOLÓGIAI HIBÁK

- 3.3.1. Akroleines
- 3.3.2. Dohos
- 3.3.3. Előpárlatos, acetonos
- 3.3.4. Kozmás
- 3.3.5. Penészes
- 3.3.6. Utópárlatos
- 3.3.7. Vajsavas

20 PONTOS BÍRÁLATI RENDSZER

- **Szeszes italok, kivéve a pálinkákat, a törkölypárlatokat és gyümölcspárlatokat**
- Előzetes érzékszervi bírálat során a bírálatból kizáró főbb tulajdonságokat meg kell vizsgálni a következők szerint:
- **Tisztaság:** Megtört, zavaros, üledékes, emulziós likőrök esetén inhomogén, külön észlelhető fázisok. (3)
- **Szín:** A termék jellegétől feltűnően eltérő szín. Színtelen termék esetében kizáró ok, ha kifejezetten színes. (3)
- **Illat:** Alapanyagtól vagy helytelen feldolgozásból eredő feltűnő hiba észlelhető, vagy a jellegétől feltűnő módon eltér (hibás esszencia, erjedési hiba, elő- és utópárlati szennyeződés, túlzott magzamat stb.). (7)
- **Íz:** Alapanyagtól vagy helytelen feldolgozásból eredő feltűnő hiba észlelhető, vagy a jellegétől feltűnő módon eltér (hibás esszencia, erjedési hiba, elő- és utópárlati szennyeződés, túlzott magzamat stb.). (7)
- Ha a kizáró tulajdonságok valamelyike érzékelhető a bírálandó minták egyikében, akkor azt a mintát el kell távolítani a minták köréből.

20 PONTOS BÍRÁLATI RENDSZER

- **Pálinkák, törkölypárlatok és gyümölcspárlatok**
- Az **illat tisztaságának** vizsgálata során a pálinkák, törkölypárlatok és gyümölcspárlatok illatában megmutatkozó kifogástalan technológiai feldolgozást értékeljük. (3)
- Az **illatkarakter**, mint jellemző, a pálinkában, törkölypárlatban és gyümölcspárlatban megjelenő illatsajátosságokat jelenti, a tökéletes alapanyaghoz viszonyított intenzitás, valamint a különleges eljárások alkalmazásának függvényében. (5)
- Az **íz tisztaságának** vizsgálata során a pálinka, törkölypárlat és gyümölcspárlat ízében megjelenő előállítási folyamat tökéletes végrehajtását minősítjük. (3)
- Az **ízkarakter**, mint a pálinka, törkölypárlat és gyümölcspárlat tulajdonságait meghatározó fő jellemző, a felhasznált alapanyagból a pálinkában, törkölypárlatban és gyümölcspárlatban megjelenő ízsajátosságokat jelenti, a tökéletes alapanyaghoz viszonyított intenzitás, valamint a különleges eljárások alkalmazása alapján. (4)
- A **harmónia** vizsgálata elengedhetetlen része a minősítésnek, elsősorban az illat és az íz egyensúlyán alapul, másodsorban a pálinka, törkölypárlat és gyümölcspárlat zamatának stílusán. (4)



FOGYASZTÓI ELFOGADÁS VIZSGÁLATA

FOGYASZTÓI ELFOGADÁS VIZSGÁLATA

- Alapkérdés: Kedvelik a termékeket?
- A vizsgálat felépítése:
 - 75-150 fogyasztó
 - A termék vásárlói/fogyasztói legyenek (Szoktak-e ilyen terméket vásárolni? Milyen gyakran?)
 - A kedveltség mértékére kérdezzük (mennyire kedvelik a terméket)
- Előny
 - Fontos információt szolgáltat – valóban kedvelik-e vagy sem?
- Hátrány
 - A reprezentatív mintavétel nehézségei





FOGYASZTÓI VÉLEMÉNYEK FELTÁRÁSA

BIMILEAP®

- Termékkonceptió tesztelés
- Költséghatékony
- Gyors (online toborzással)
- Elméleti termékek/termékkombinációk tesztelésére nyílik lehetőség
- Felhasználási lehetőségek
 - Termékek
 - Szolgáltatások
 - Ötletek



Pálinkák fogyasztói megítélése

<https://www.bimileap.com/survey/live/2669> .



TERMÉKKONCEPCIÓ TESZTELÉS

CONJOINT ANALÍZIS

Szín	Illat	Állomány	Íz
Piros	Mézes	Kásás	Édes
Sárga	Édes	Kemény	Savanyú
Zöld	Érett	Roppanós	Aromás
Foltos	Savanyú	Puha	Kiegyensúlyozott



TERMÉKKONCEPCIÓ TESZTELÉS

CONJOINT ANALÍZIS

Szín	Illat	Állomány	Íz
Piros	Mézes	Kásás	Édes
Sárga	Édes	Kemény	Savanyú
Zöld	Érett	Roppanós	Aromás
Foltos	Savanyú	Puha	Kiegyensúlyozott

Piros
Édes
Kemény
Kiegyensúlyozott



TERMÉKKONCEPCIÓ TESZTELÉS

CONJOINT ANALÍZIS

Szín	Illat	Állomány	Íz
Piros	Mézes	Kásás	Édes
Sárga	Édes	Kemény	Savanyú
Zöld	Érett	Roppanós	Aromás
Foltos	Savanyú	Puha	Kiegyensúlyozot t

Zöld
Savanyú
Kásás
Édes



TERMÉKKONCEPCIÓ TESZTELÉS - ALMA

Question 1 - szín	
A1	sárga-zöld színű felület
A2	egységes zöld színű felület
A3	élénk piros színű
A4	sárgás piros színű felület
Question 2 - állomány	
B1	beleharapva ropogós, reccsenő
B2	kásás, kissé puhább állag
B3	lédús, szaftos
B4	kemény húsú
Question 3 - íz	
C1	savanykás ízvilág
C2	mézédes ízű
C3	kiegyensúlyozott édes és savanyú ízvilág
C4	gyümölcsös ízekben gazdag
Question 4 - származás	
D1	élelmiszerboltban vásárolt
D2	biogazdaságban termett
D3	piacon, termelőtől beszerezett
D4	zöldségesboltban vásárolt



Az alábbiakban almák leírását fogjuk bemutatni. Kérem, olvassa el a jellemzőket és azokat egyben értékelje a megadott kérdésre válaszolva!

TERMÉK

A1	sárga-
A2	egység
A3	élénk
A4	sárgás
B1	beleha
B2	kásás,
B3	lédús,
B4	kemén
C1	savany
C2	mézéd
C3	kiegye
C4	gyümö
D1	élelmis
D2	biogaz
D3	piacon
D4	zöldsé

Consider the ENTIRE VIGNETTE as ONE IDEA

Mennyire tetszene önnek az alábbi alma termék?

sárga-zöld szín? felület

kásás, kissé puhább állag

kiegyensúlyozott édes és savanyú ízvilág

egyáltalán nem

nagyon

ÉS

[illegible]

BIMILEAP LINK

○ <https://www.bimileap.com/survey/live/2669>

6/24

Olvassa el a megjelenített állításokat és képzelje el a leírt terméket. Ezután értékelje az elképzelt terméken az állítások alatti kérdésre válaszolva!

Consider the ENTIRE VIGNETTE as ONE IDEA

Milyen szívesen vásárolná meg az alábbi terméket?

Almapálinka

Erősítőfeltétes

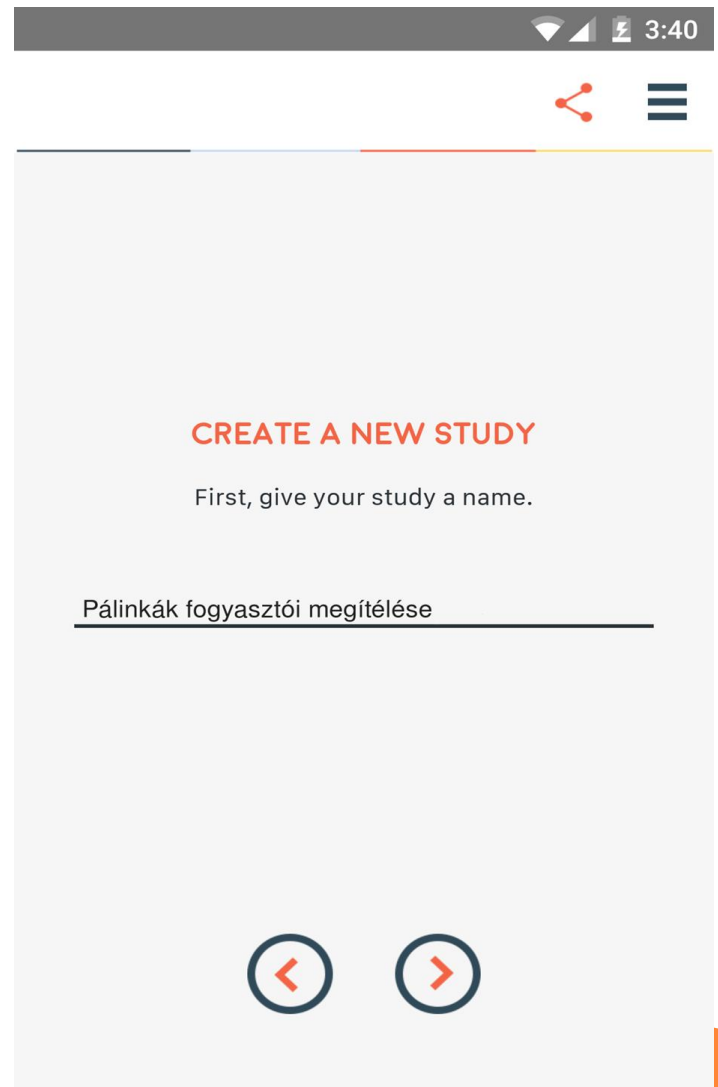
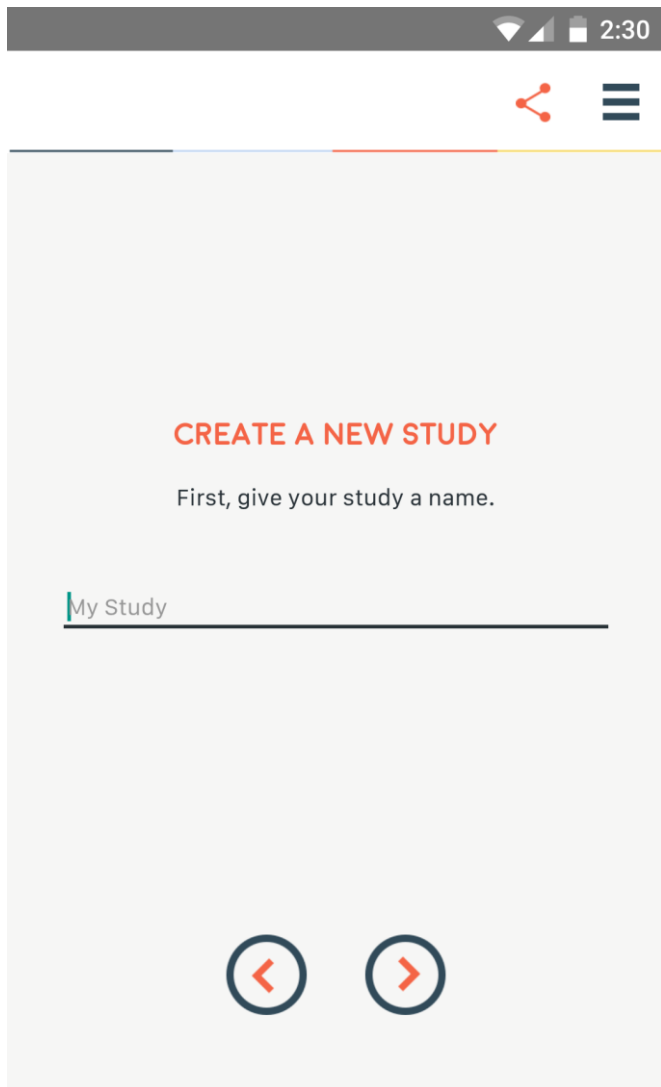
Egyszerű, letisztult címkével

Nincs díjazása

1	2	3	4	5	6	7	8	9
biztosan nem					biztosan			



Question 1 - Párlat típusa	
A1	Almapálinka
A2	Törkölypálinka
A3	Birspálinka
A4	Körtepálinka
Question 2 - Előállítás	
B1	Kisüsti
B2	Erősítőfeltétes
B3	Ágyas
B4	Érlelt
Question 3 - Címke	
C1	Rusztikus címkével
C2	Modern, fiatalos címkével
C3	Egyszerű, letisztult címkével
C4	Hagyományőrző címkével
Question 4 - Érem	
D1	Aranyérmes
D2	Ezüstérmes
D3	Bronzérmes
D4	Nincs díjazása





STUDY NAME

For your study, please choose four questions which tell a story.

Question 1*

Question 2*

Question 3*

Question 4*



P LINK K FOGYASZT I MEG T L SE

For your study, please choose four questions which tell a story.

Question 1*

Question 2*

Question 3*

Question 4*



QUESTION 1/4: EXAMPLE ONE

Now choose four answers to this first question. Make the answers simple. Try to paint a picture with your words in the mind of the respondent.

Answer 1

Answer 2

Answer 3

Answer 4



QUESTION 1/4: PRLAT PUSA

Now choose four answers to this first question. Make the answers simple. Try to paint a picture with your words in the mind of the respondent.

Answer 1

Answer 2

Answer 3

Answer 4



QUESTION 2/4: EXAMPLE TWO

Now choose four answers to this second question. Make the answers simple. Try to paint a picture with your words in the mind of the respondent.

Answer 1

Answer 2

Answer 3

Answer 4



QUESTION 2/4: EL? LL T S

Now choose four answers to this first question. Make the answers simple. Try to paint a picture with your words in the mind of the respondent.

Answer 1

Answer 2

Answer 3

Answer 4



QUESTION 3/4: EXAMPLE THREE

Now choose four answers to this third question. Make the answers simple. Try to paint a picture with your words in the mind of the respondent.

Answer 1

Answer 2

Answer 3

Answer 4



QUESTION 3/4: C MKE

Now choose four answers to this first question. Make the answers simple. Try to paint a picture with your words in the mind of the respondent.

Answer 1

Answer 2

Answer 3

Answer 4



QUESTION 4/4: EXAMPLE FOUR

Now choose four answers to this fourth question. Make the answers simple. Try to paint a picture with your words in the mind of the respondent.

Answer 1

Answer 2

Answer 3

Answer 4



QUESTION 4/4: REM

Now choose four answers to this first question. Make the answers simple. Try to paint a picture with your words in the mind of the respondent.

Answer 1

Answer 2

Answer 3

Answer 4



3RD CLASSIFICATION QUESTION

Along with being asked for age and gender, you can ask your respondents an additional question. Follow the example below with your question. Three answers are required, the fourth answer is optional.

How often do you buy this product?

daily

weekly

monthly

yearly

For the purposes of linking databases, we are going to ask the respondent this question: What is your birthdate? (MMDD) and what are the first four letters of your first name? If you absolutely don't want the question, check the box

☐


3RD CLASSIFICATION QUESTION

Along with being asked for age and gender, you can ask your respondents an additional question. Follow the example below with your question. Three answers are required, the fourth answer is optional.

Milyen gyakran fogyaszt pálinkát?

Naponta

Hetente többször

Hetente

Alkalmanként

For the purposes of linking databases, we are going to ask the respondent this question: What is your birthdate? (MMDD) and what are the first four letters of your first name? If you absolutely don't want the question, check the box

☒


OPEN END QUESTION

You have the option to add a question for participants to answer.

Write your question here



OPEN END QUESTION

You have the option to add a question for participants to answer.

Melyik a kedvenc pálinkája?



RESPONDENT ORIENTATION

Use this space to tell your study respondents what the study is about. We recommend 2–3 complete sentences. Be general, not too specific.



RESPONDENT ORIENTATION

Use this space to tell your study respondents what the study is about. We recommend 2–3 complete sentences. Be general, not too specific.

Olvassa el a megjelenített állításokat és képzelje el a leírt terméket. Ezután értékelje az elképzelt terméken az állítások alatti kérdésre válaszolva!



RATING SCALE

Please type the question that you would like your respondents to answer.

How likely would you be to buy this product?

The lowest value is 1, choose the highest scale value:

9



What does 1 mean on the scale?

unlikely

What does 9 mean on the scale?

likely



RATING SCALE

Please type the question that you would like your respondents to answer.

Milyen szívesen vásárolná meg az alábbi terméket?

The lowest value is 1, choose the highest scale value:

9



What does 1 mean on the scale?

biztosan nem

What does 9 mean on the scale?

biztosan



FINAL THOUGHTS

Now that you have created your study, tell us more about why you created it.

Please enter some keywords to associate with your study, press enter after each one.

Text



FINAL THOUGHTS

Now that you have created your study, tell us more about why you created it.

Pálinkamester hallgatók számára készített
BimiLeap kutatás.

Please enter some keywords to associate with your study, press enter after each one.

 pálinka



DONE!

How many respondents would you like for this study? (4 - 9,999)

Press Preview to see what your study will look like on the web.

PREVIEW

Check only one box below:

- ☐ I want my study public
(Learn More)
- ☐ I want my study kept private.
(requires purchase — Learn More)

Just before you finalize the study and publish:

- ☐ I agree to the [terms of service](#)

PUBLISH!**DONE!**

How many respondents would you like for this study? (4 - 9,999)

100

Press Preview to see what your study will look like on the web.

PREVIEW

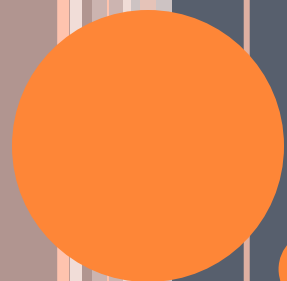
Check only one box below:

- ☒ I want my study public
(Learn More)
- ☐ I want my study kept private.
(requires purchase — Learn More)

Just before you finalize the study and publish:

- ☒ I agree to the [terms of service](#)

PUBLISH!



CHECK-ALL-THAT-APPLY

CHECK-ALL-THAT-APPLY - CATA

- „Jelöld meg, amelyik igaz”
- A vizsgálat folyamata
 - Előre definiált kifejezésekkel találkozók a fogyasztó a bírálati lapon
 - Jelölje be az összes kifejezést, amelyet igaznak érez a termékre
 - Pozitív és negatív terméktulajdonságok is szerepeljenek
 - Termékenként, **monadikusan** kell értékelni
 - Monadikus értékelés – egy mintát értékel
 - Komparatív – összehasonlító értékelést végez
 - A kifejezések lehetnek
 - Érzékszervi terméktulajdonságok, kedveltséggel, érzelmekkel, felhasználással, vásárlási hajlandósággal, kapcsolatos kifejezések



CATA – FÓTT RIZS

APPEARANCE (by looking at)	
Glossy grains	☐
Loose grains	☐
Plumpness	☐
White	☐

AROMA (by sniffing)	
Dairy	☐
Earthy	☐
Floral	☐
Grainy	☐
Hay-like	☐
Metallic	☐
Nutty	☐
Popcorn	☐
Rancid	☐
Sulfur	☐

TASTE/FLAVOR (by tasting)	
Bitter taste	☐
Dairy	☐
Earthy	☐
Floral	☐
Grainy	☐
Hay-like	☐
Metallic	☐
Nutty	☐
Popcorn	☐
Rancid	☐
Salty taste	☐
Sour taste	☐
Sweet taste	☐
Wet cardboard	☐

TEXTURE (by tasting)	
Chewy	☐
Firm	☐
Loose particles	☐
Moistness of grains	☐
Soft	☐
Sticky	☐

ELŐNYEI

- Termékek kifejezésekkel történő jellemzése
 - Intenzitásértékeket nem mérjük
- Gyors, nem kimerítő, bárhol végrehajtható
 - Elárusítóhelyek, terek, fesztiválok.
- Nem igényel előképzettséget (csak olvasni kell)
- Marketing szempontból fontos információkat szolgáltat, termékfejlesztésre inkább Penalty Analysis
- Könnyű adatértékelés az előre definiált kategóriák miatt
- Termékek kapcsolata a preferenciatérképekhez hasonlóan jól ábrázolható 2 dimenziós térben
- Kombinálható kedveltségi, JAR vagy demográfiai adatokkal
- Közel áll a valódi fogyasztói érzetekhez, véleményekhez
- Egy tulajdonság jelenlétét/hiányát jeleníti meg



HÁTRÁNY

- A tulajdonságok intenzitásértékeit nem ismerjük
- Kategória adatok
- A kifejezések meghatározása kritikus fontosságú
 - Megfelelően írják le a terméket, ne legyenek felesleges kifejezések, ne legyen se túl kevés, se túl sok
 - A fogyasztó saját kifejezéseit nem használhatja
- Kifejezések sorrendje hatással van az értékelésre, randomizáció
- Alaposan definiálni kell a feladatot (jelölje, minden, termék, tulajdonság)
- Az egyének eredményei nem vizsgálhatóak
- Azonos kifejezések, de eltérő értelmezések – gyógyszeres, keserű, köptető...



VIZSGÁLAT MENETE

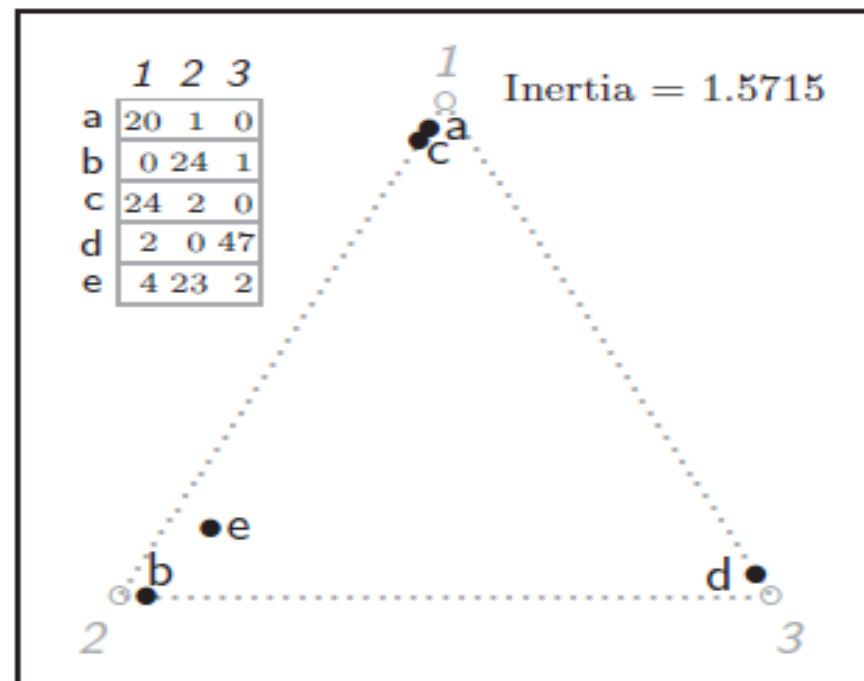
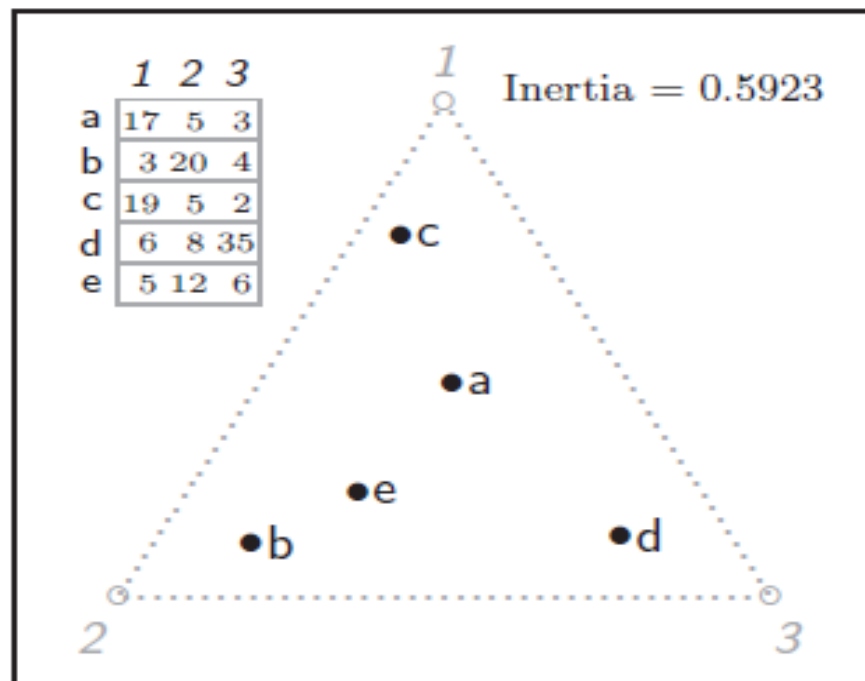
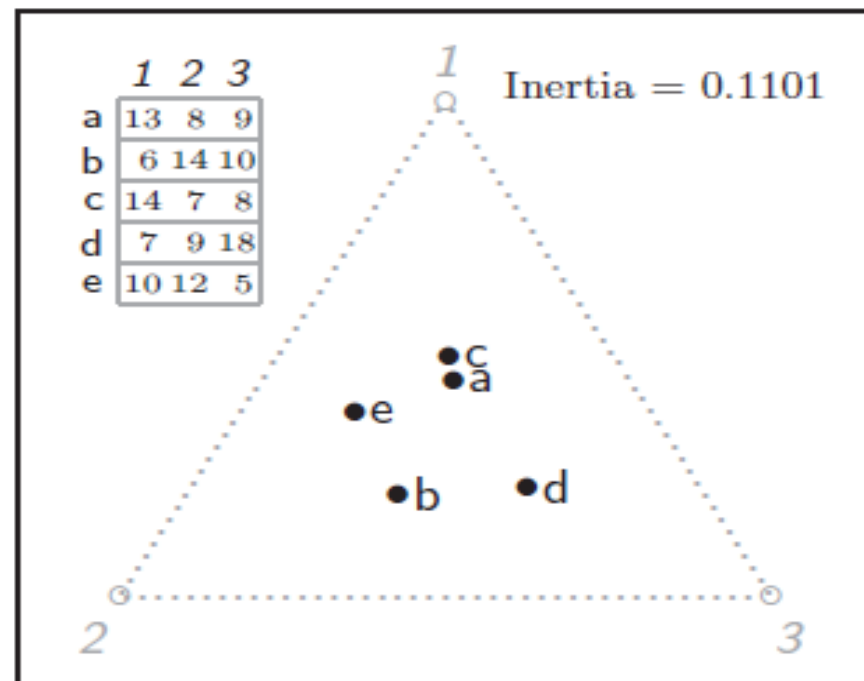
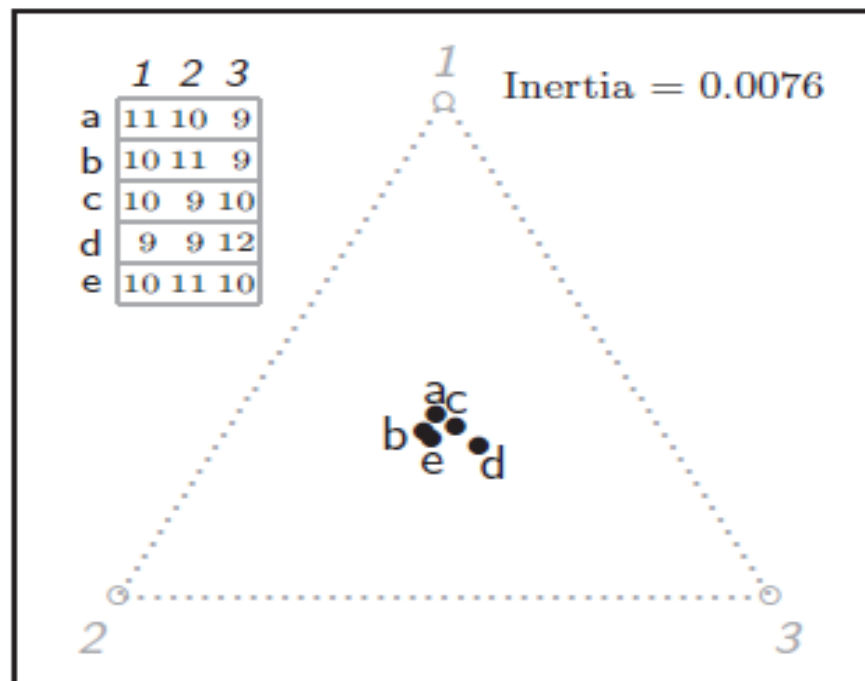
- 60-100 fogyasztó / vizsgálat
- Termékek véletlenszerű elrendezése
- Tulajdonságok csoportokba rendezése
- Adatgyűjtés után kereszttáblába rendezés
 - Értékelés: Khi-négyzet próbával
 - Van-e összefüggés a sorok és az oszlopok között?
 - Ha szig., van összefüggés
 - Grafikus megjelenítésre: Korrespondencia Elemzés

	nagyváros	kisváros	falu
Férfi	2	1	5
Nő	13	8	4

KORRESPONDENCIA ELEMZÉS

- Főkomponens elemzés kategória adatokra
- Sorok (termékek) és oszlopok (jellemzők) közti összefüggések vizsgálatára
- Összefüggések megjelenítése 2D ábrán
- Lépések
 - Khi-négyzet teszt – van-e összefüggés a sorok és oszlopok között?
 - PCA-hoz hasonlóan faktorokat hoz létre
 - (magyarázott variancia, sajátértékek)
 - Inercia



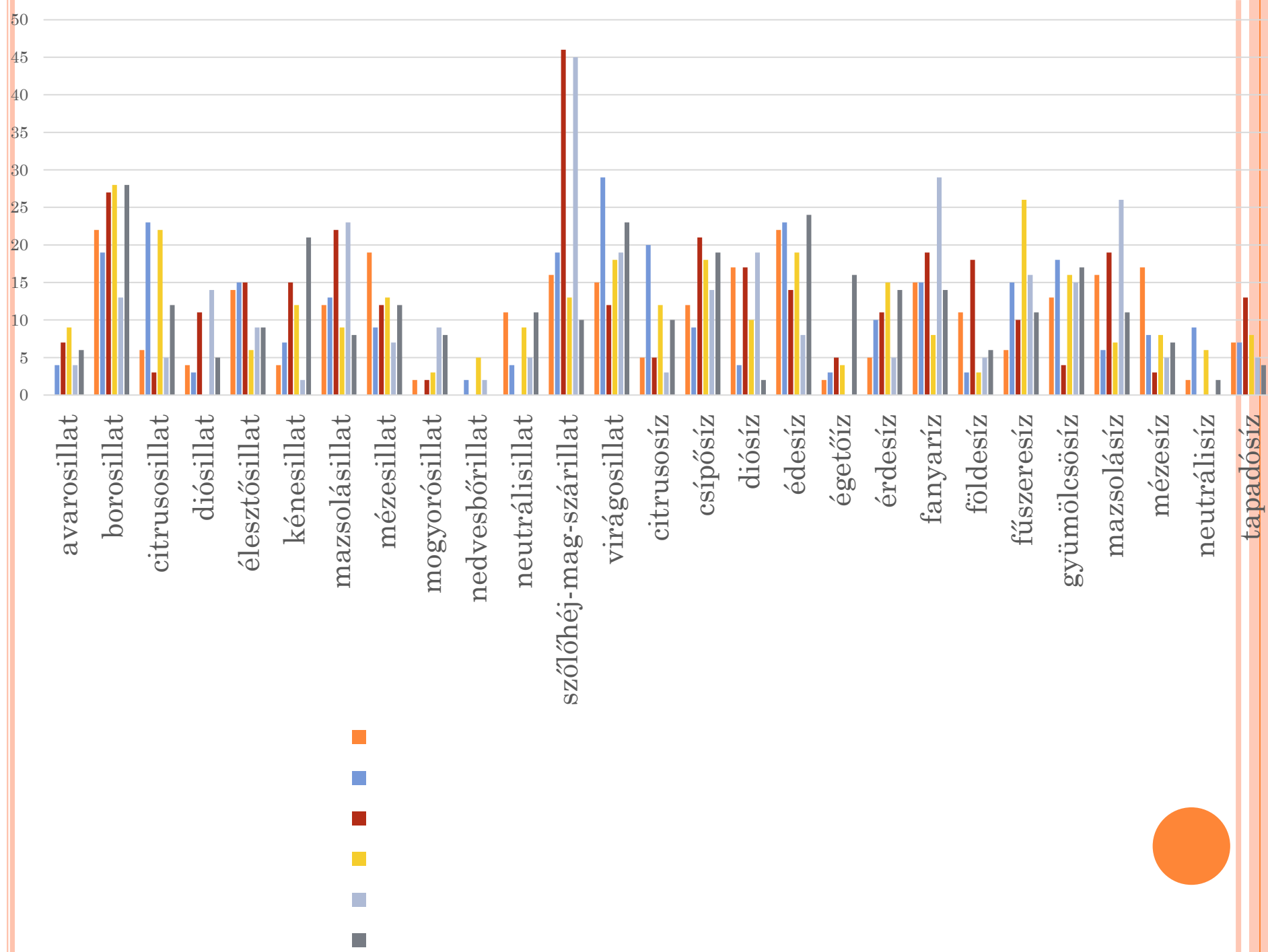


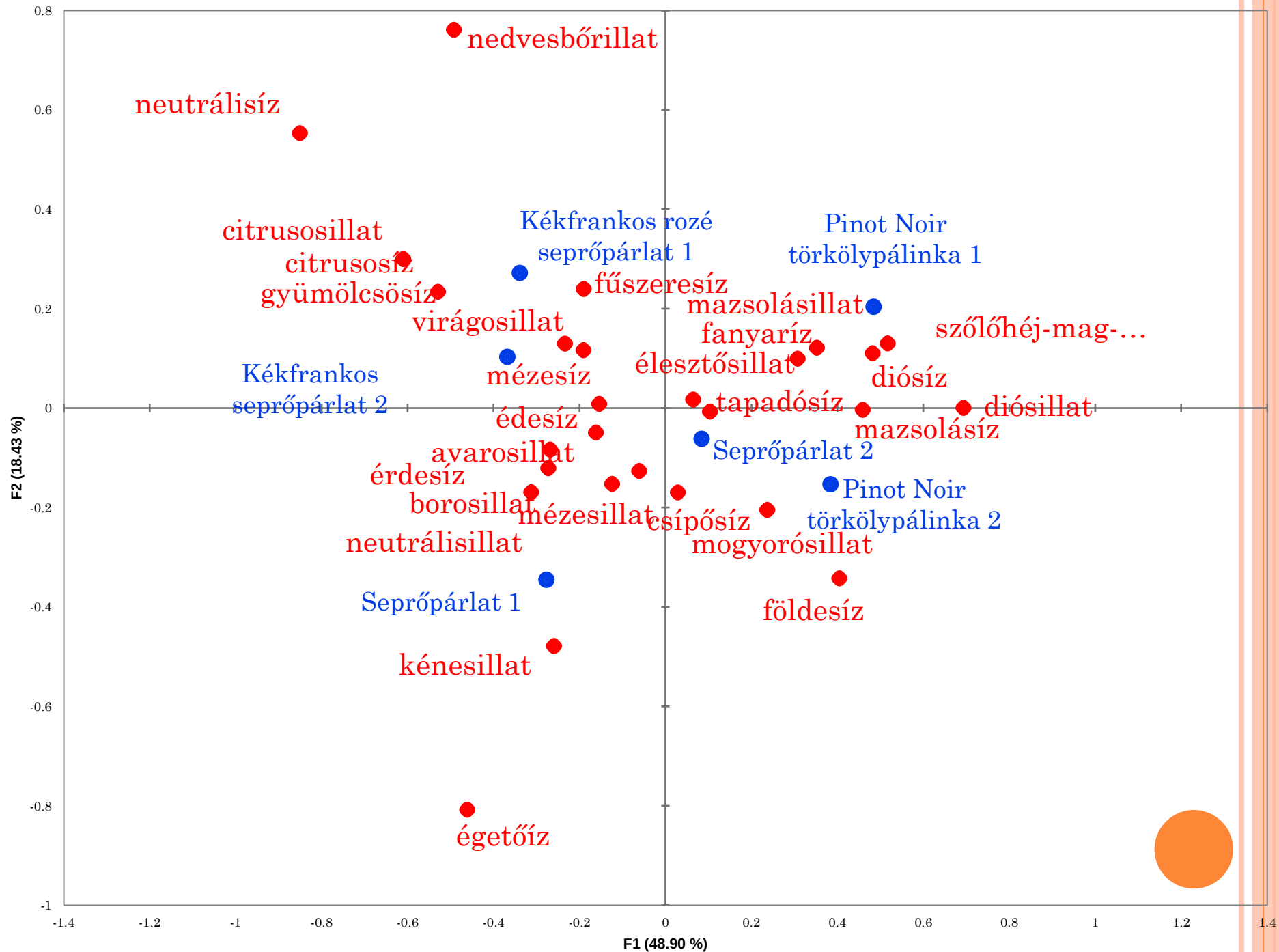
TERMÉKTULAJDONSÁGOK

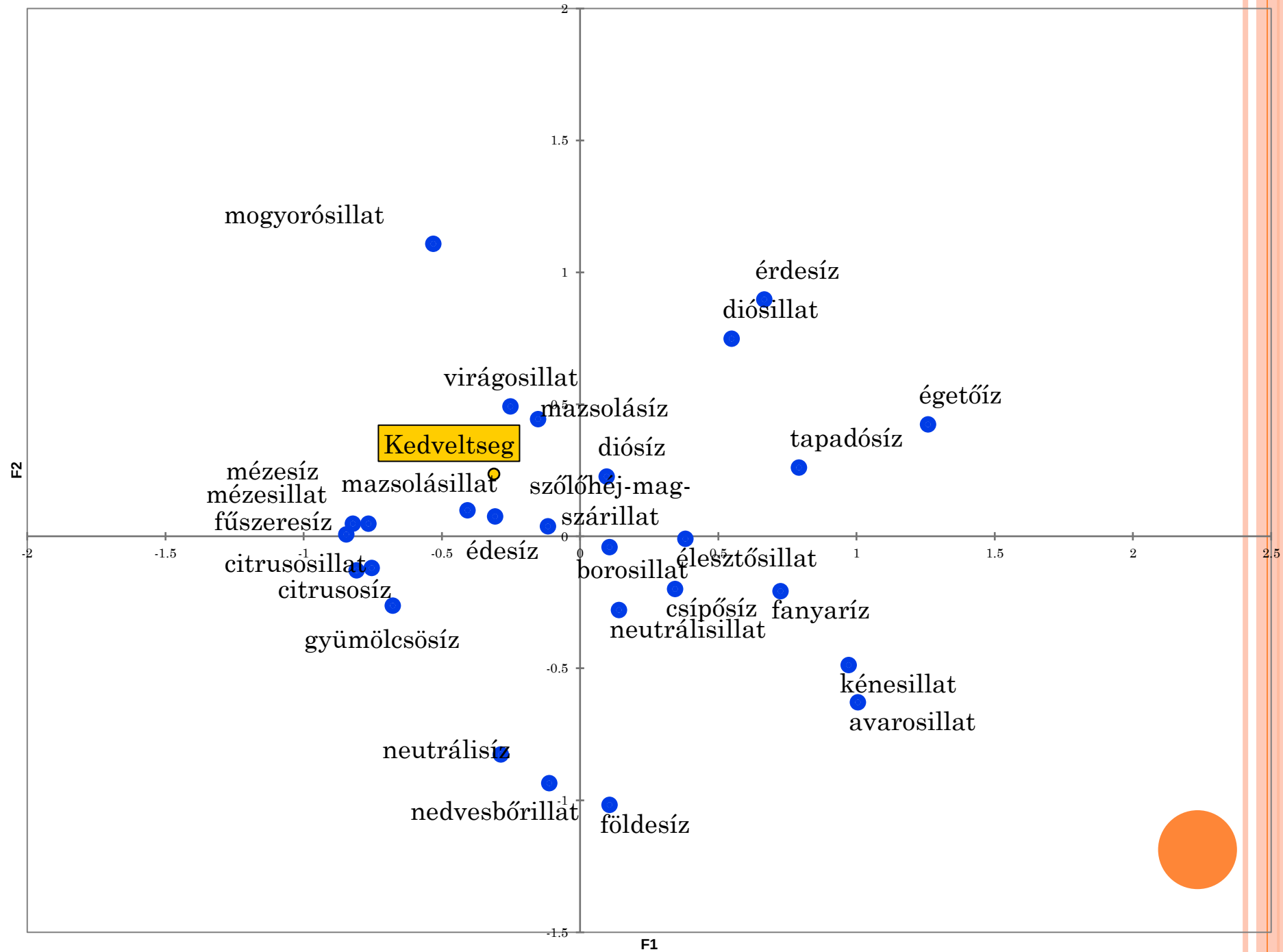
Avaros illat	Alkoholos íz	Mézes íz
Boros illat	Avaros íz	Mogyorós íz
Citrusos illat	Boros íz	Neutrális íz
Diós illat	Citrusos íz	Tapadós íz
Élesztős illat	Csípős íz	
Földes illat	Diós íz	
Gombás illat	Édes íz	
Kénes illat	Égető íz	
Mazsolás illat	Érdes íz	
Mézes illat	Fanyar íz	
Mogyorós illat	Földes íz	
Nedves bőr illat	Fűszeres íz	
Neutrális illat	Gombás íz	
Pirítós kenyér illat	Gyógynövényes íz	
szőlőhéj-mag-szár illat	Gyümölcsös íz	
Vágott fű illat	Kesernyés íz	
Virágos illat	Mazsolás íz	

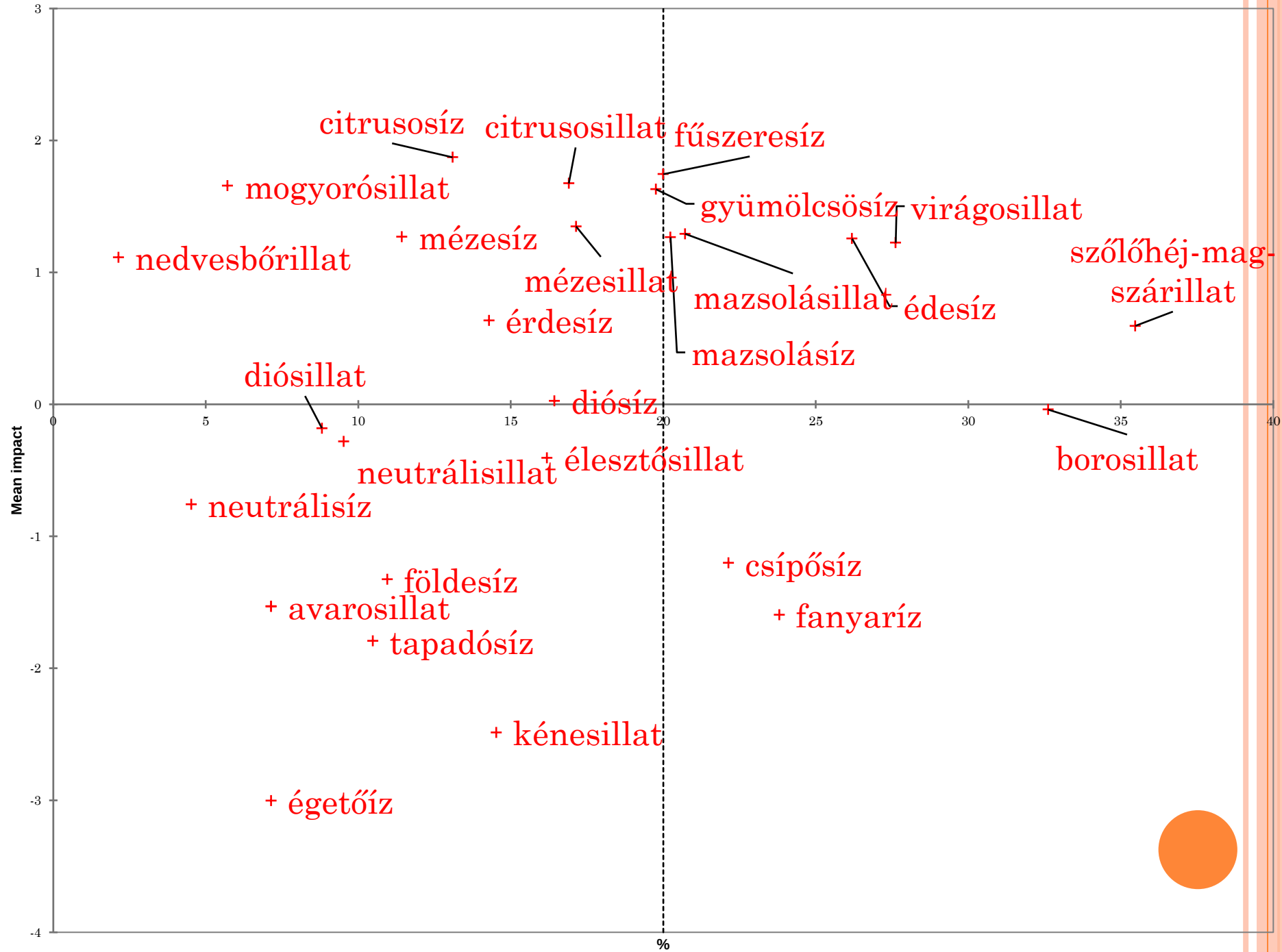
BEMENŐ ADATTÁBLA

Biralo	minta	Kedveltség	avarosillat	borosillat	citrusosillat	diósillat	élesztőszillat	földesillat	gombásillat	kénészillat
LB01	Pinot Noir törkölypálinka	8	0	0	0	0	1	0	0	0
LB01	Pinot Noir törkölypálinka	7	0	0	0	0	0	1	0	0
LB01	seprőpárlat	7	0	0	0	0	0	0	0	0
LB01	Kékfrankos rozé seprőpárlat	8	0	0	0	0	0	0	0	0
LB01	kékfrankos seprőpárlat	7	0	0	0	0	0	0	0	0
LB01	seprőpárlat	8	0	0	0	0	0	0	0	0
LB02	Pinot Noir törkölypálinka	4	1	0	0	0	0	1	0	0
LB02	törkölypálinka	6	0	0	0	0	0	0	0	0
LB02	seprőpárlat	8	0	0	1	0	0	0	0	0
LB02	Kékfrankos rozé seprőpárlat	8	0	0	0	0	0	0	0	0
LB02	kékfrankos seprőpárlat	8	0	0	1	0	0	0	0	0
LB02	seprőpárlat	9	0	0	0	0	0	0	0	0









A decorative graphic on the left side of the slide. It features a series of vertical stripes in shades of brown, tan, and grey. Overlaid on these stripes are several orange circles of varying sizes, arranged in a cluster that tapers towards the bottom.

SZEMKAMERÁS VIZSGÁLATOK

SZEMKAMERA ALKALMAZÁSA

- A tudatalatti viselkedést vizsgálja – a szemünk sose hazudik
- Gyors, azonnali visszacsatolás, nincs szükség műszerek rögzítésére
- Eredményei statisztikai módszerekkel értékelhetők
- Számos alkalmazási terület:
 - Reklámok: nyomtatott sajtó, TV, internet, okoseszközök
 - Csomagolás
 - Polckihelyezés
 - Vásárlási szokások, fogyasztói viselkedés



SZEMKAMERA A MINDENNAPI ÉLETBEN

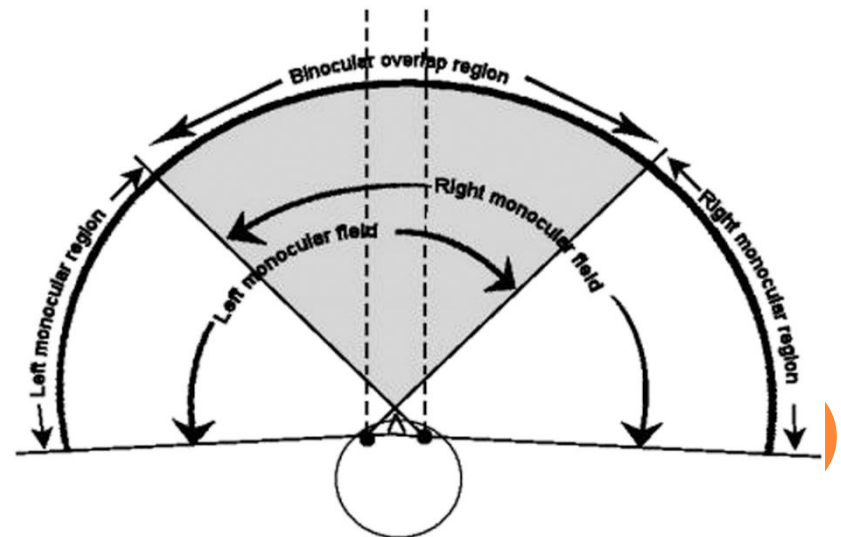


A SZEMKAMERA MŰKÖDÉSE



AZ EMBERI LÁTÁS

- Az emberi szem látószöge: 220°
- A látószög 1-2 foka megegyezik a teljesen kinyújtott kézzel felmutatott hüvelykujj által lefedett területtel



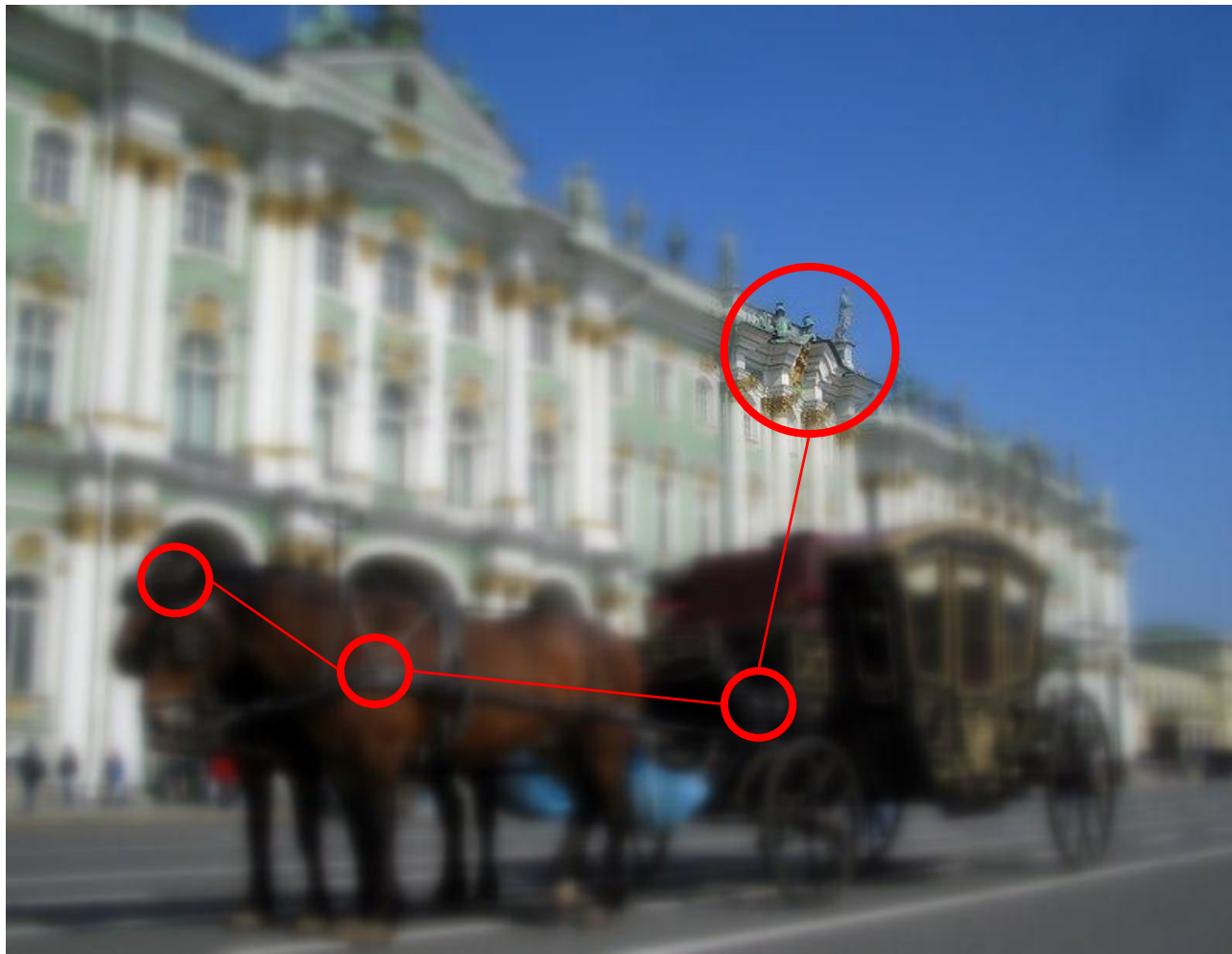
PERIFÉRIÁS LÁTÁS

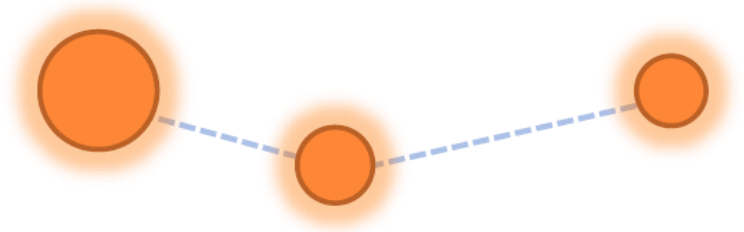
- A látógödör a retina kevesebb mint 1%-át teszi ki, de az agyba érkező információ közel 50%-áért felel
- A perifériás látás során a mozgást és kontrasztot érzékeljük főleg.

Can you find the
the mistake?
1 2 3 4 5 6 7 8 9



MIT LÁT AZ AGY?



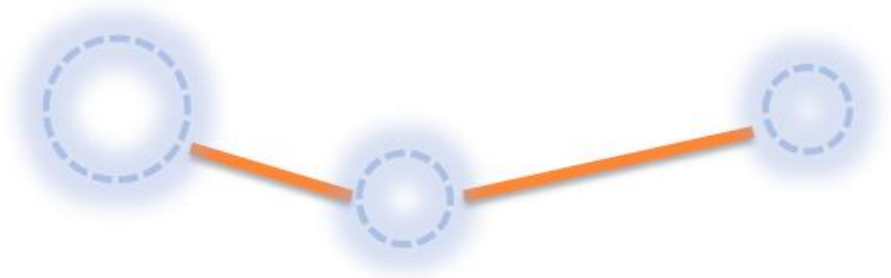


FIXÁCIÓK

- A fixációk 100-600 milliszekundum hosszúak, ami alatt az agy feldolgozza a szemeken keresztül kapott vizuális információt
- Az agyba az összes információ fixációkon keresztül érkezik
- A fixációk átlagos frekvenciája < 3 Hz (3 fixáció/mp)
- A fixáció hossza az információfeldolgozás és kognitív képességek jellemzője
- A sűrűbben előforduló szavakra kevesebb fixáció érkezik, mint a kevésbé ismertekre
- A szemünk az ébrenlét 80%-ában fixál valamire



SZAKKÁDOK



- A szakkádok extrém gyors ugrások a fixációk között, átlagosan 20-40 ms sebességgel
- Angol szöveg olvasása során egy szakkád alatt 7-9 betűt ugrik a szem (anyanyelvi beszélőknél)
- A szakkád végpontja nem változtatható meg a szakkád elindítása után (útközben)
- A szakkád-mintázat utalhat zavartságra és értelmi zavarokra is

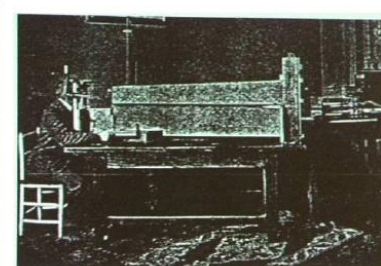
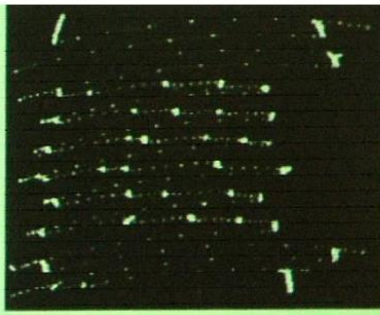
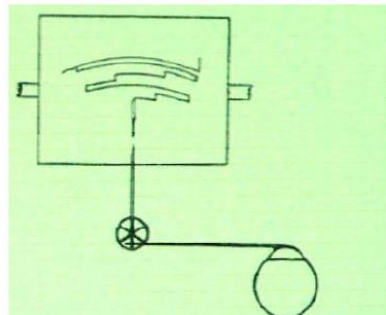


A cambridge-i etegyemen készült egyik tnuamálly
aitllsáa sznreit a szvkaaon bleül nincs jlneestőgée annak,
mkénit rdeeőznden el a btűek: eyegüdl az a fntoos, hgoy
az eslő és az uolstó betű a hlyéen lygeen; ha a tböbrie a
lignoeyabb özeássivszsg a jleezmlő, a sөvzeg aokkr is tleejs
mrtébéekn ovasalthó mraad. A jnleeésg mgáayzrataa az,
hgoy az erbemi agy nem eyedgi btűeket, hneam tleejs
sazakvat ovals.

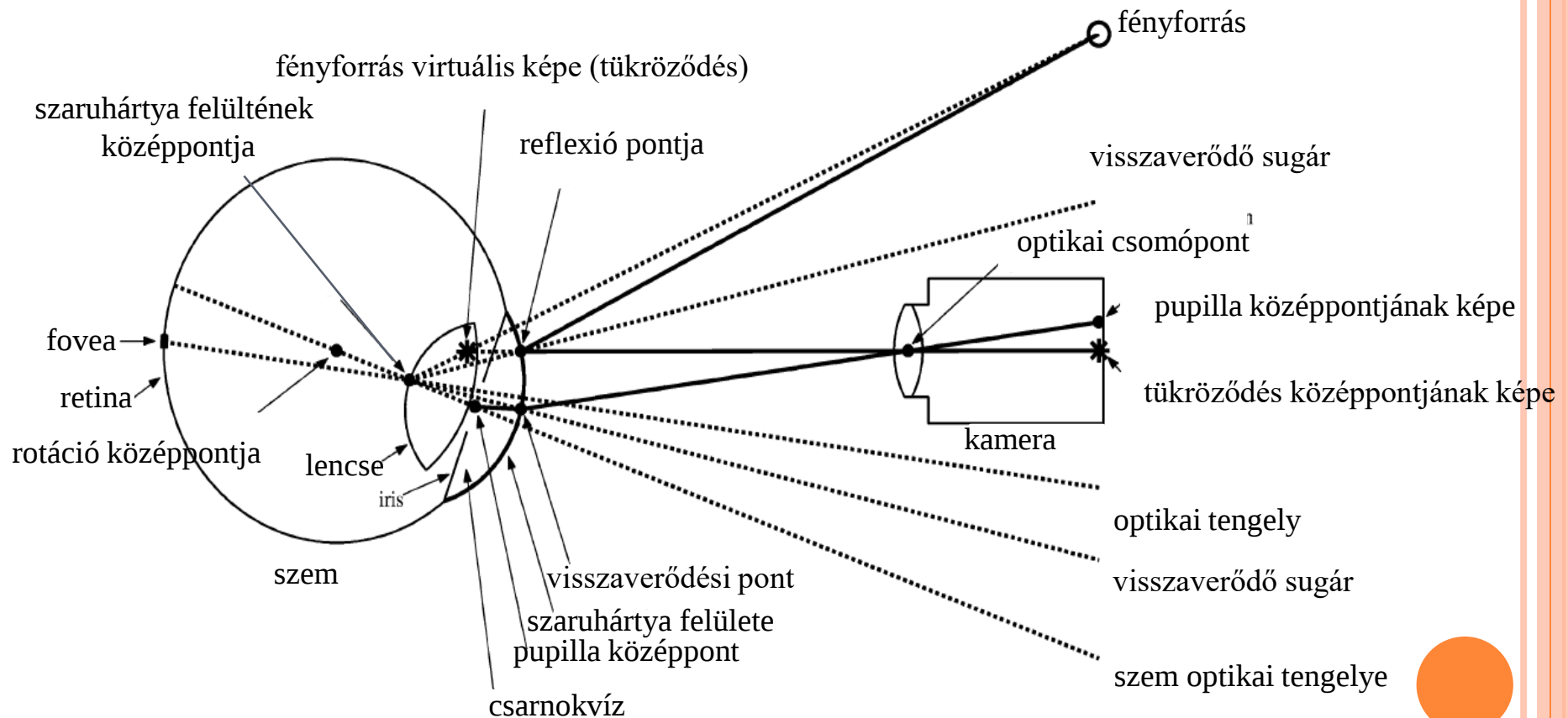


A SZEMKAMERA MŰKÖDÉSE

- Több mint 100 éve kezdődött – Elektrookulográfia
 - Elektródák az arcon (az eredmény relatív a fej pozíciójához képest)



PUPIL CENTRE CORNEAL REFLECTION (PCCR)



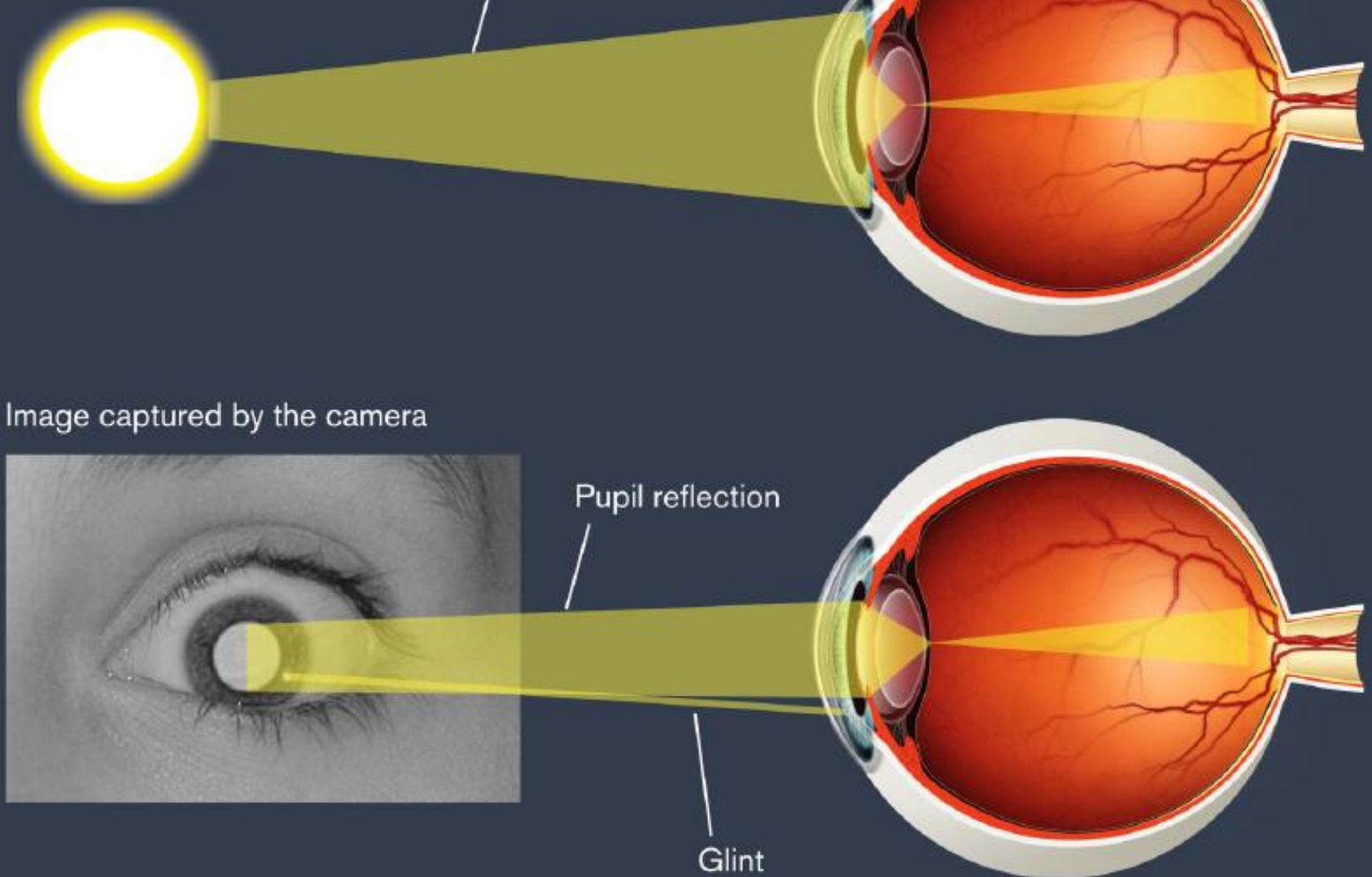
Light source

Incident light

Image captured by the camera

Pupil reflection

Glint



SZEMKAMERA TÍPUSOK



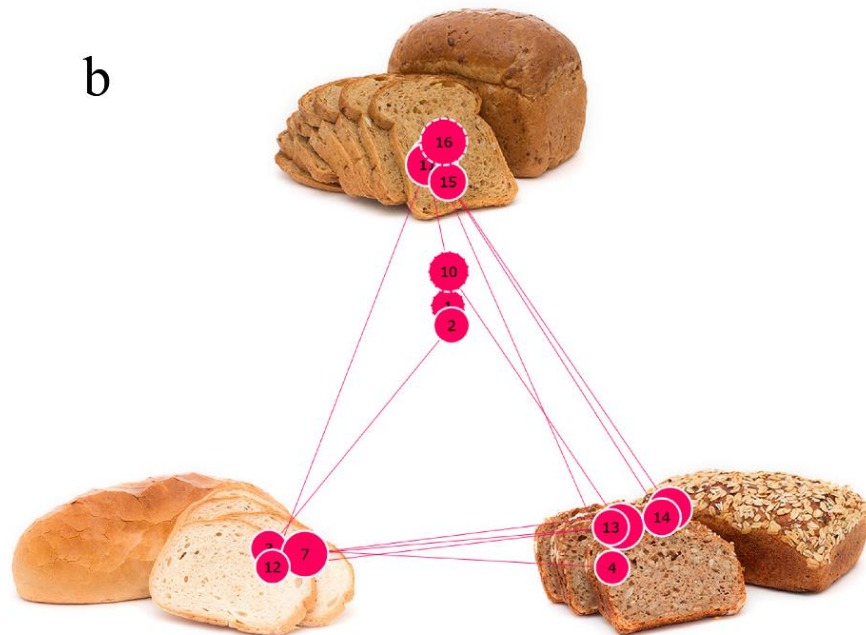
SZEMKAMERA ELRENDEZÉSEK



a



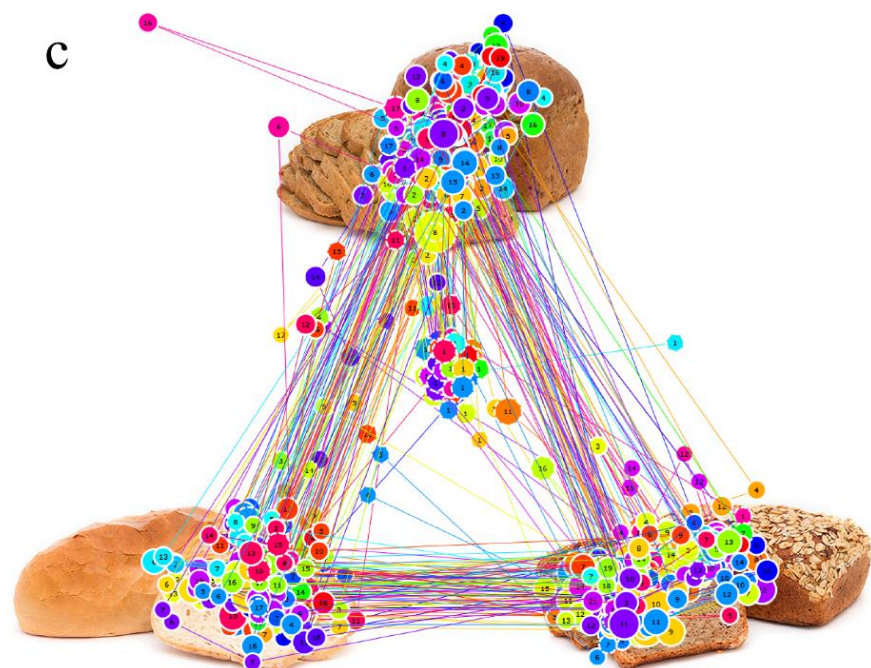
b



d



c



MIT ÁRULNAK EL AZ EGYES MÉRŐSZÁMOK?

- Fixációk száma – minél többet fixál a résztvevő a képen, annál nehezebben találja meg a keresett információt
- Fixációk száma az AOI-n belül – több fixáció – érdekesebb, több információt hordozó AOI
- Fixációk hossza – nehezebben kinyerhető információ
- Látogatások száma – összehasonlításokat tesz a résztvevő
- Első fixációig eltelt idő – minél rövidebb, annál figyelemfelkeltőbb az AOI
- Első fixáció hossza – felismerési sebesség



SZEMMOZGÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

○ Top-down faktorok

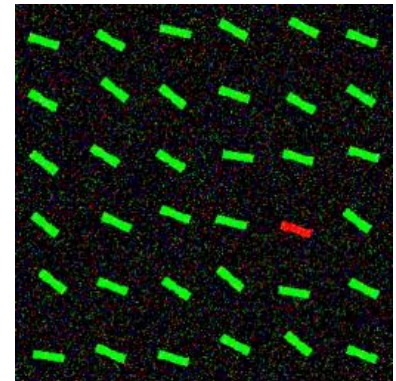
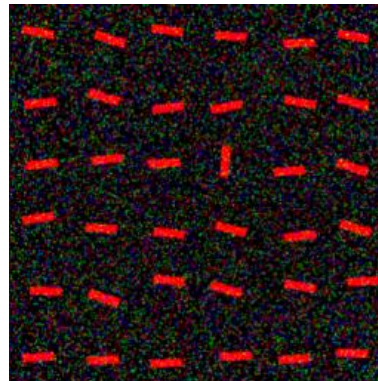
- Emlékek
- Érzelmek
- Érzések
- A résztvevővel kapcsolatos szempontok



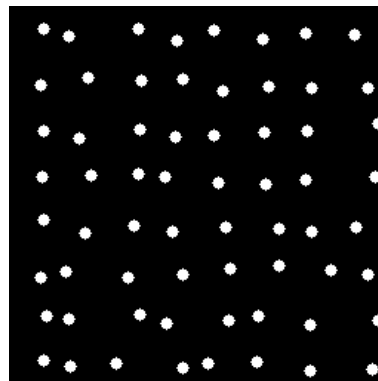
SZEMMOZGÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

○ Bottom-up faktorok

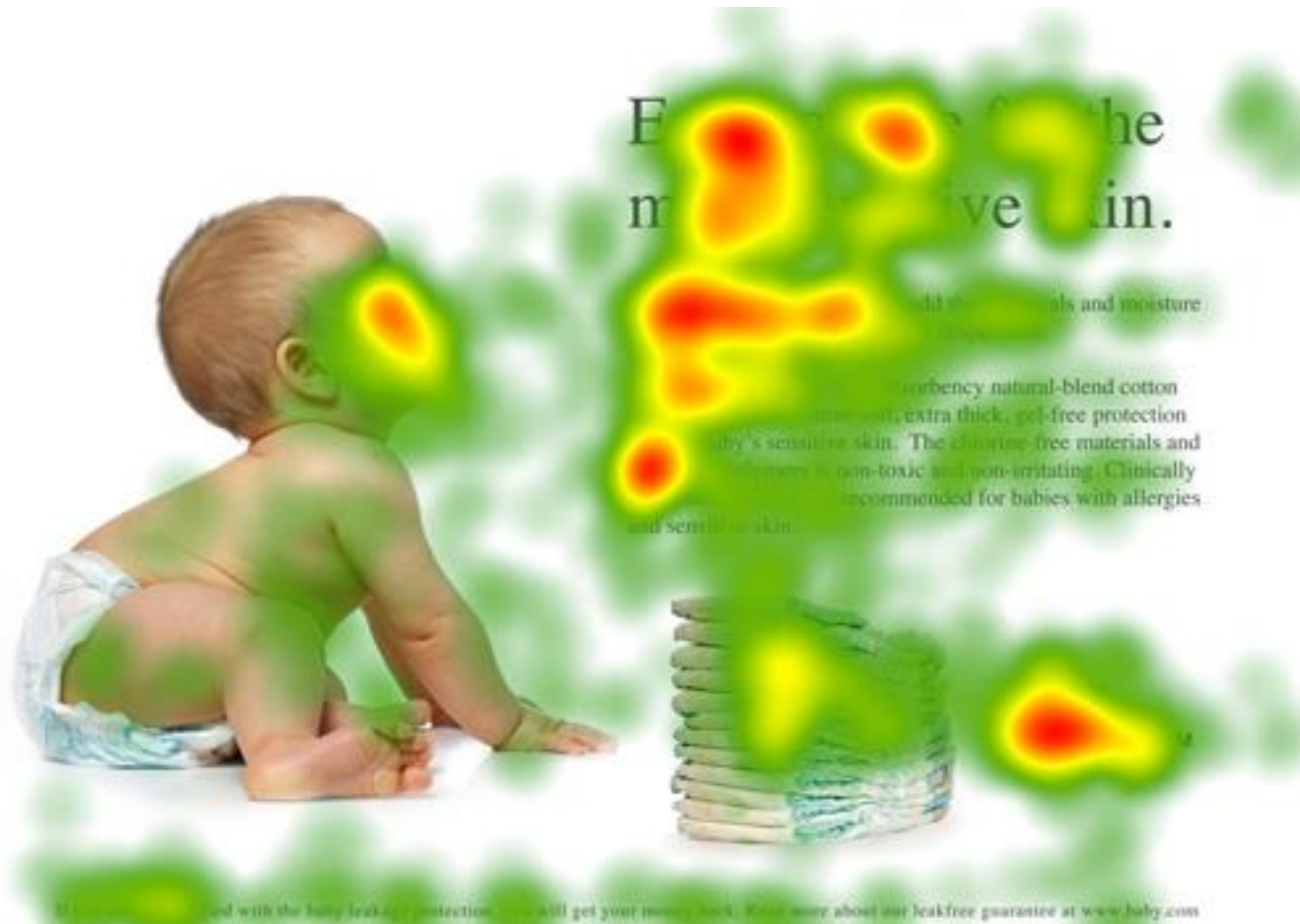
- Színek
- Élek
- Sarkok
- Fények
- Alakzatok



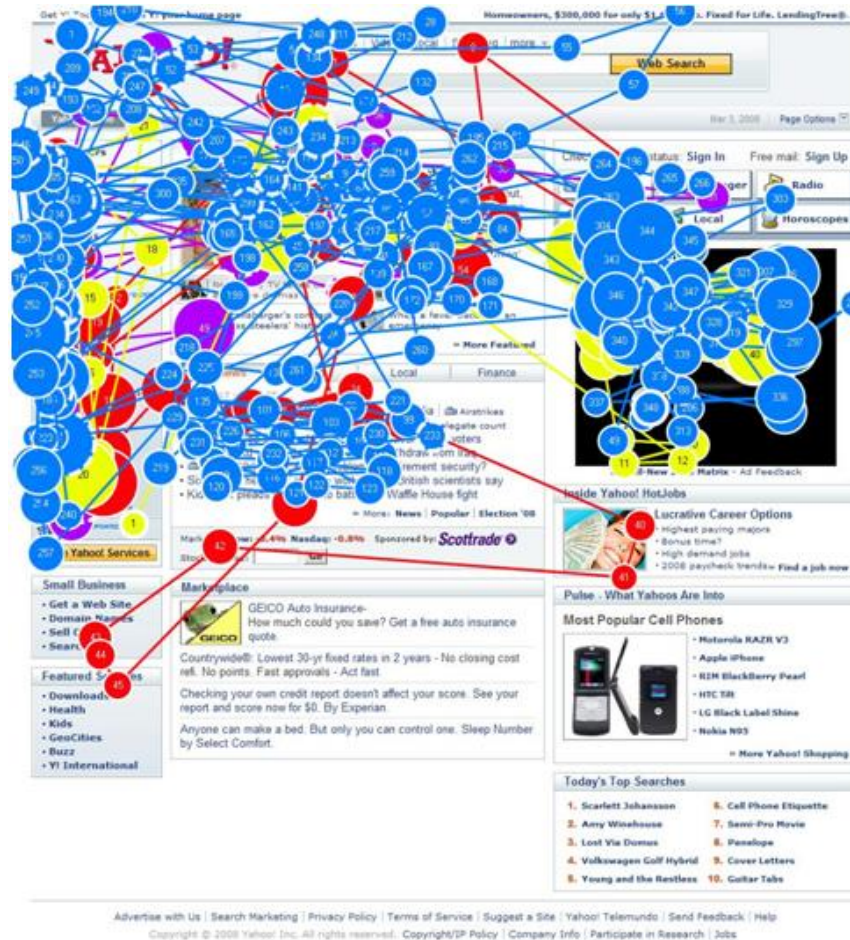
- A stimulus jellemzői



EREDMÉNYEK MEGJELENÍTÉSE „HEATMAP”



EREDMÉNYEK MEGJELENÍTÉSE „GAZE PLOT”



CÍMKE VIZSGÁLATOK – PÁLINKA?

(a)



LAS MUJERES EMBARAZADAS, LAS MADRES LACTANTES Y LOS NIÑOS SÓLO DEBEN CONSUMIR ESTE PRODUCTO BAJO LA SUPERVISIÓN DE UN NUTRICIONISTA O MÉDICO

EL LACTOBACILLUS ACIDOPHILUS CONTRIBUYE AL EQUILIBRIO DE LA FLORA INTESTINAL. EL CONSUMO DEBE ESTAR ASOCIADO A UNA DIETA EQUILIBRADA Y UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE



LECHE PROBIÓTICA

1L

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Porción de 200 mL (1 copo)		
Cantidad por porción		% VD
Valor Energético	113 kcal/474 kJ	6%
Carbohidratos	8,6 g	3%
Proteínas	6,1 g	8%
Grasas Totales	6,0 g	11%
Grasas Saturadas	5,7 g	26%
Grasas Trans	0 g	**
Fibra Alimentaria	0 g	0%
Sodio	106 mg	4%

10⁸ UFC/100mL Unidades Formadoras De Colonias

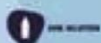
* Valores diarios con base en una dieta de 2.000 kcal o 8.400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

** La cantidad de grasas trans se declara solo en gramos, porque no hay ningún valor diario establecido.

7A8 3D CRJ 14
VAL 15 14 C 14

COOPERATIVA LIGA DE VALLECA DE RESQUERMELOIDE ITDA
CUIP: 33.350.746/000111
RUA SOBRINHA JOSE SOARES, Nº 1.15 - CANTEIRO
RIO DE JANEIRO, BRASIL
LALM, INC. S.A. Nº 1395564

(b)



ProBio

LECHE PROBIÓTICA

1L

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Porción de 200 mL (1 copo)	
Cantidad por porción	
Valor Energético	113 kcal/474 kJ
Carbohidratos	8,6 g
Proteínas	6,1 g
Grasas Totales	6,0 g
Grasas Saturadas	5,7 g
Grasas Trans	0 g
Fibra Alimentaria	0 g
Sodio	106 mg

10⁸ UFC/100mL Unidades Formadoras De Colonias

* Valores diarios con base en una dieta de 2.000 kcal o 8.400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

** La cantidad de grasas trans se declara solo en gramos, porque no hay ningún valor diario establecido.

7A8 3D CRJ 14
VAL 15 14 C 14

(d)



Lactobio

LECHE PROBIÓTICA

1L

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Porción de 200 mL (1 copo)	
Cantidad por porción	
Valor Energético	113 kcal/474 kJ
Carbohidratos	8,6 g
Proteínas	6,1 g
Grasas Totales	6,0 g
Grasas Saturadas	5,7 g
Grasas Trans	0 g
Fibra Alimentaria	0 g
Sodio	106 mg

10⁸ UFC/100mL Unidades Formadoras De Colonias

* Valores diarios con base en una dieta de 2.000 kcal o 8.400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

** La cantidad de grasas trans se declara solo en gramos, porque no hay ningún valor diario establecido.

7A8 3D CRJ 14
VAL 15 14 C 14

(c)



ProBio

LECHE PROBIÓTICA

1L

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Porción de 200 mL (1 copo)	
Cantidad por porción	
Valor Energético	113 kcal/474 kJ
Carbohidratos	8,6 g
Proteínas	6,1 g
Grasas Totales	6,0 g
Grasas Saturadas	5,7 g
Grasas Trans	0 g
Fibra Alimentaria	0 g
Sodio	106 mg

10⁸ UFC/100mL Unidades Formadoras De Colonias

* Valores diarios con base en una dieta de 2.000 kcal o 8.400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

** La cantidad de grasas trans se declara solo en gramos, porque no hay ningún valor diario establecido.

7A8 3D CRJ 14
VAL 15 14 C 14

(e)



ProBio

LECHE

1L

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Porción de 200 mL (1 copo)	
Cantidad por porción	
Valor Energético	113 kcal/474 kJ
Carbohidratos	8,6 g
Proteínas	6,1 g
Grasas Totales	6,0 g
Grasas Saturadas	5,7 g
Grasas Trans	0 g
Fibra Alimentaria	0 g
Sodio	106 mg

10⁸ UFC/100mL Unidades Formadoras De Colonias

* Valores diarios con base en una dieta de 2.000 kcal o 8.400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

** La cantidad de grasas trans se declara solo en gramos, porque no hay ningún valor diario establecido.

7A8 3D CRJ 14
VAL 15 14 C 14

