

LOS PRINCIPIOS DE OMNES

Tienen dos objetivos, a modo de análisis de las ofertas gastronómicas y cartas:

- Conocer cuánto está dispuesto a pagar nuestro cliente por el servicio.
- Cuánto debemos cobrar, en consecuencia, por nuestro servicio.

Como sabemos, los Principios de Omnes son cuatro.

PRIMER PRINCIPIO: AMPLITUD DE GAMA.

Disponemos de un grupo de carnes. Por ejemplo, determinamos este número de platos:

Lomo de cerdo a la naranja
Solomillo de cebón con boletus
Entrecot a la pimienta
Escalope milanesa
Filete de ternera con salsa de setas
Entrecot al queso de Cabrales
Chuletillas de lechazo
Tournedó Rossini
Lechazo al horno
Escalopines a la crema
Jamoncitos de ave al whisky
Roastbeef de ternera
Cachopo de ternera

El primer principio, nos indica que debemos habilitar tres gamas: ALTA, MEDIA Y BAJA. A la hora de determinar estas gamas, debemos tener en cuenta que la gama media debe ser, como mínimo, igual a la suma de los platos de las otras dos gamas. Como existen 13 platos, debe determinarse que la gama media estará formada, como mínimo, por 7 platos.

A continuación, debe determinarse cual será, en cuanto a precios, el tamaño de la gama. Para ello caben dos posibilidades:

- Si estamos creando la carta por primera vez, debemos fijar el precio más elevado o el más bajo.
- Si estamos analizando una carta en funcionamiento, para saber si es correcta en cuanto a su confección, debemos realizar los cálculos correspondientes.

En este caso, vamos a analizar la carta en funcionamiento, por lo que se dan a conocer los precios exactos que ya están publicados en la misma. Son los siguientes:

	Precio
Lomo de cerdo a la naranja	6,95
Solomillo de cebón con boletus	8,4
Entrecot a la pimienta	12,95
Escalope milanesa	10,3
Filete de ternera son salda de setas	11,65
Entrecot al queso de Cabrales	15,4
Chuletillas de lechazo	12,95
Tournedó Rossini	20,5
Lechazo al horno	18,5
Escalopines a la crema	9,95
Jamoncitos de ave al whisky	7,5
Roastbeef de ternera	16,6
Cachopo de ternera	15,95

Vemos que el precio más alto es el TOUNEDO ROSSINI, con un importe de 20,50 €, mientras que el más bajo es el LOMO DE CERDO A LA NARANJA, con un importe de 6,95 €.

Para calcular la amplitud de gama, debemos restar el importe más bajo, del importe más alto, y dividirlo entre el número de gamas que deseamos crear, es decir, tres:

$$20,50 - 6,95 = 13,55$$

$$13,55 / 3 = 4,52$$

En consecuencia, cada gama tendrá un tamaño de 4,52, es decir, las gamas deben organizarse así:

La GAMA BAJA estará entre 6,95 y 6,95+4,52, es decir, entre 6,95 y 11,47.

La GAMA MEDIA estará entre 11,47 y 15,99.

La GAMA ALTA estará entre 15,99 y 20,50.

Vistos los precios de los que disponemos, las gamas serían:

Lomo de cerdo a la naranja	BAJA
Solomillo de cebón con boletus	BAJA
Entrecot a la pimienta	MEDIA
Escalope milanesa	BAJA
Filete de ternera son salda de setas	MEDIA
Entrecot al queso de Cabrales	MEDIA
Chuletillas de lechazo	MEDIA
Tournedó Rossini	ALTA
Lechazo al horno	ALTA
Escalopines a la crema	BAJA
Jamoncitos de ave al whisky	BAJA
Roastbeef de ternera	ALTA
Cachopo de ternera	MEDIA

Vemos que la carta NO CUMPLE el primer principio, al disponer de 5 platos de GAMA BAJA, 5 platos de GAMA MEDIA y solamente 3 platos de GAMA ALTA.

SEGUNDO PRINCIPIO: AMPLITUD DE PRECIOS.

Indica que la diferencia entre el plato más barato y el más caro, debe existir una proporción de 2,5 veces este precio. Concretamente, el precio más caro debe ser menor o igual que el resultado de multiplicar éste por 2,5. Excepcionalmente, y siempre que el grupo de alimentos disponga de un mínimo de 9 platos, este múltiplo a aplicar será de 3.

Como en este caso disponemos de 13 platos, el múltiplo será de 3.

$$6,95 \times 3 \leq 20,50$$

Al multiplicar $6,95 \times 3$, el resultado es de 20,85. Por tanto, SI CUMPLE EL SEGUNDO PRINCIPIO.

TERCER PRINCIPIO: RELACIÓN DEMANDA PRECIO.

Este principio se rige por la relación entre el precio medio ofertado y el precio medio solicitado.

$$\frac{\text{PRECIO MEDIO OFERTADO}}{\text{PRECIO MEDIO SOLICITADO}} = 1$$

Si el resultado obtenido es superior a 1, querrá decir que nuestra oferta media es superior a la media de los platos que nuestros clientes nos solicitan. En cambio, si nuestros clientes no solicitan platos cuyo precio medio es superior al ofertado, el resultado sería inferior a 1. Se dice que una relación entre 0,9 y 1 es correcta, pero en una venta de pocas unidades puede ser excesivo.

¿De qué sirve este control?

Cuando nuestros clientes piden platos por debajo de la media de la oferta, querrá decir que piensan que somos caros, por lo que escogen los más baratos, y debemos tratar de acomodar nuestra oferta, reforzando las gamas más económicas de la carta.

Cuando nuestros clientes consumen platos por encima de la media, querrá decir que nos encuentran económicos y, por tanto, podremos acomodar nuestra oferta a las gamas más altas.

Pero antes de determinar el análisis, es necesario conocer que:

$$\text{PRECIO MEDIO OFERTADO} = \frac{\text{Total Precios de venta}}{\text{Nº de platos}}$$

$$\text{PRECIO MEDIO SOLICITADO} = \frac{\text{Cifra de ventas}}{\text{Unidades vendidas}}$$

Por tanto, veamos cómo han ido las ventas.

	Precio	Unidades	TOTAL
Lomo de cerdo a la naranja	6,95	45	312,75
Solomillo de cebón con boletus	8,4	96	806,4
Entrecot a la pimienta	12,95	120	1554
Escalope milanesa	10,3	97	999,1
Filete de ternera son salda de setas	11,65	140	1631
Entrecot al queso de Cabrales	15,4	96	1478,4
Chuletillas de lechazo	12,95	195	2525,25
Tournedó Rossini	20,5	63	1291,5
Lechazo al horno	18,5	143	2645,5
Escalopines a la crema	9,95	112	1114,4
Jamoncitos de ave al whisky	7,5	49	367,5
Roastbeef de ternera	16,6	104	1726,4
Cachopo de ternera	15,95	90	1435,5
TOTALES	167,60	1.350	17.887,7

Vemos que se ofrecen 13 platos por un total de 167,60€. Para calcular la media, sumamos el precio de cada uno de los platos y los dividimos entre el número de platos.

Vemos que las unidades vendidas son 1.350 platos.

Vemos que se han ingresado (Cifra de ventas) un total de 17.887,7 € en la venta de esos platos.

Calculemos la relación:

$$\text{PRECIO MEDIO OFERTADO} = \frac{\text{Total Precios de venta}}{\text{Nº de platos}} = \frac{167,60}{13} = 12,89$$

$$\text{PRECIO MEDIO SOLICITADO} = \frac{\text{Cifra de ventas}}{\text{Unidades vendidas}} = \frac{17.887,7}{1.350} = 13,25$$

Por tanto:

$$\frac{\text{PRECIO MEDIO OFERTADO}}{\text{PRECIO MEDIO SOLICITADO}} = \frac{12,89}{13,25} = 0,97$$

Lo que quiere decir que nuestros clientes están dispuestos a pagar más por nuestras ofertas, que el importe medio que nosotros les proponemos.

NO CUMPLE EL TERCER PRINCIPIO.

CUARTO PRINCIPIO: SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES.

El principio indica que deben hacerse desde la gama media de la carta.

Lomo de cerdo a la naranja	6,95	45	312,75
Solomillo de cebón con boletus	8,4	96	806,4
Entrecot a la pimienta	12,95	120	1554
Escalope milanese	10,3	97	999,1
Filete de ternera con salsa de setas	11,65	140	1631
Entrecot al queso de Cabrales	15,4	96	1478,4
Chuletillas de lechazo	12,95	195	2525,25
Tournedó Rossini	20,5	63	1291,5
Lechazo al horno	18,5	143	2645,5
Escalopines a la crema	9,95	112	1114,4
Jamoncitos de ave al whisky	7,5	49	367,5
Roastbeef de ternera	16,6	104	1726,4
Cachopo de ternera	15,95	90	1435,5
TOTALES	167,60	1.350	17.887,7