

HASTA DÓNDE LLEGA LA CARTA

La carta digital ya está publicada y funcionando en los dos locales. Este documento cuenta **qué queda por resolver** y hasta dónde se puede llevar ahora que tenéis Yurest.

PRODUCTOS

108

IDIOMAS

4

LOCALES

2

PÁGINAS EN GOOGLE

16

PUNTO DE PARTIDA

LO QUE YA ESTÁ EN MARCHA

En blueloopcoffee.com hay una carta por local con precio, descripción y alérgenos producto a producto, en español, inglés, ruso y ucraniano. Se lee con lector de pantalla y solo con el teclado, se instala en el móvil como una aplicación y abre sin cobertura.

No usa cookies, no rastrea a nadie y, desde hace poco, tampoco envía datos a terceros: las tipografías se sirven desde vuestro propio dominio. El aviso legal dice la verdad porque la web está construida para poder decirla.

Hay además una capa pensada para que ChatGPT, Claude o Perplexity puedan leer la carta, y un botón que abre el asistente del propio cliente con la carta ya cargada. Y desde septiembre, las cartas impresas salen de los mismos datos que la web.

Este mismo mes, además, **cada local ha pasado a tener su propia dirección** en los cuatro idiomas. Lo contamos más abajo, porque salió de analizar precisamente vuestro caso.

EL PROBLEMA DE FONDO

NADA GARANTIZA QUE LOS PRECIOS SEAN LOS DE HOY

Todo lo anterior —la web, los cuatro idiomas, los ficheros que leen las IA y los PDF de imprenta— sale de un único fichero de datos. Esa fue la decisión acertada: se cambia un precio en un sitio y aparece bien en todas partes.

Pero ese fichero **se mantiene a mano**. Si en el TPV sube el cortado y nadie avisa, la web sigue diciendo el precio viejo. Es el único punto del sistema que depende de que alguien se acuerde.

Y hay un segundo asunto, más delicado: **los alérgenos están deducidos de las descripciones de la carta**, no de las recetas. Por eso la web dice expresamente que son orientativos y que hay que confirmar en barra. Quedaron tres productos sin resolver desde agosto: la masa madre, la mermelada casera y los smoothies.

LO QUE CAMBIA CON YUREST

YUREST PUEDE SER LA FUENTE

Yurest tiene una API abierta, incluida en todos sus planes. He revisado su documentación técnica y guarda exactamente lo que le falta a la web: el **precio de venta** de cada ficha — alimentado por el TPV—, en qué local se sirve cada plato, si está activo, y los **ingredientes de cada receta**, con alérgenos y trazas.

Ya está escrita y probada la herramienta que compara las dos cosas. Detecta precios que no cuadran, productos dados de baja, altas que no están en la web y platos asignados a distinto local.

QUÉ DETECTA	EJEMPLO REAL DE LA PRUEBA
Precio que no cuadra	Cortado 2,40 € → 2,60 €
Dado de baja en Yurest	Cold brew, aún visible en la web
Existe en Yurest, no en la web	Croissant de almendra
Local distinto	New Orleans, en la web solo San Juan

Nunca publica sola. La herramienta informa y una persona decide. Publicar precios de cara al público tirando directamente de un ERP es como acaba apareciendo en internet un producto de prueba o un IVA mal puesto.

Vuestros costes no salen de ahí. La API devuelve también el escandallo por local, es decir, lo que os cuesta cada plato. Eso se descarta de forma explícita: la carta es un fichero público que además invitamos a leer a las IA. En la prueba se descartaron 138 campos internos.

POR DÓNDE PUEDE SEGUIR

PRECIOS SIEMPRE AL DÍA

HERRAMIENTA LISTA

Una revisión automática que avisa cuando la carta publicada y Yurest dejan de coincidir. Vosotros aprobáis y se actualiza web, cuatro idiomas y PDF de golpe.

Solo falta un acceso a vuestro Yurest para probarlo con datos reales.

ALÉRGENOS DESDE LA RECETA

DEPENDE DE VOSOTROS

Es la mejora de más valor, y no es cosmética: pasaríais de «orientativos, deducidos de la carta» a alérgenos declarados desde los ingredientes reales, trazas incluidas. Cambia lo que la web puede afirmar ante un cliente celiaco o alérgico.

La condición es sencilla y honesta: **solo funciona si las fichas de Yurest tienen los ingredientes y los alérgenos rellenos**. Si están vacías, no hay nada que leer.

UNA PÁGINA POR LOCAL

YA PUBLICADO

Analizando vuestro caso apareció el mayor agujero que teníamos, y se ha resuelto. Hasta ahora la carta se abría en un panel sin cambiar la dirección, y eso tenía tres consecuencias, todas la misma en el fondo:

- Google indexaba **una sola página por idioma**. Quien buscaba «desayunar en la playa de San Juan» no tenía ninguna página vuestra a la que llegar.
- Las fichas de los **dos locales colgaban de la misma dirección**: Google recibía dos negocios en una página y no podía posicionar bien ninguno.
- Compartir «la carta de San Juan» por WhatsApp enseñaba **la portada genérica**.

Cada local tiene ya su propia dirección, en los cuatro idiomas:

DIRECCIÓN

QUÉ CONTIENE

/el-postigueta/

41 productos, con su horario y su ficha

/san-juan-playa/

67 productos, con su horario y su ficha

/en/ · /ru/ · /uk/

Las mismas, en cada idioma

El mapa que lee Google pasa de 8 a 16 direcciones. Y la carta de cada local va **escrita en la página**, no montada después: era justo el motivo por el que el buscador no la veía.

PLATOS AGOTADOS EL MISMO DÍA

POR ESTUDIAR

Se acaba la tarta del día y la carta lo dice sola: «**Agotado hoy**», en gris, sin que nadie tenga que avisar. Lo dejamos planteado porque es útil, pero conviene saber dos cosas antes de decidirlo.

La primera: **Yurest no puede avisarnos**. Su sistema no tiene forma de lanzar un aviso hacia fuera, y tampoco guarda si un plato está disponible hoy: su único interruptor significa «este producto ya no lo servimos», que no es lo mismo y afectaría también a la carta impresa.

La segunda, que es la buena: **quien sabe que algo se ha acabado está en la barra**, no en el programa de gestión. El camino corto es también el más fiable — marcarlo desde el móvil en dos toques y que la carta lo recoja. Y que **se borre solo al cerrar**, porque el fallo de verdad no es olvidarse de marcarlo, sino de desmarcarlo.

Lo que cuesta, dicho claro: hoy la web no tiene ninguna pieza que mantener ni que se pueda caer. Esto añadiría la primera. Por eso lo dejamos a estudiar y no como propuesta.

LO MÁS PEDIDO

VALORAR

Yurest también expone las ventas reales. Se podría destacar en la carta lo que más se pide, o afinar con ello las recomendaciones del asistente. Interesante, pero muy por detrás de lo anterior.

PARA SEGUIR

QUÉ NECESITAMOS DE VOSOTROS

- **Un acceso a Yurest.** Tienen entorno de pruebas, así que se puede validar sin tocar nada de producción.
- **Qué módulos tenéis contratados.** Si solo lleváis compras y stock, las fichas de plato pueden estar vacías.
- **¿Están rellenos los alérgenos en Yurest?** Es la pregunta que decide si el segundo horizonte es real o hay que hacerlo a mano.
- **Las tres respuestas de cocina pendientes:** si la masa madre lleva leche, mantequilla o huevo; si la mermelada se endulza con miel; y si los smoothies llevan lácteo o miel.

CONVIENE SABERLO

EL ASUNTO DE LOS DÍAS DE PARTIDO

La web está alojada en Cloudflare. Los días de liga, Movistar bloquea por orden judicial rangos enteros de direcciones de Cloudflare, y son compartidas: no se puede elegir cuál os toca. Ya le pasa a otra web nuestra, inaccesible desde Movistar aunque esté perfectamente.

Ahora bien, mirando vuestro caso concreto, **el solape es pequeño**. Los partidos se juegan en cuatro franjas y vosotros cerráis a media tarde:

FRANJA DE PARTIDO	EL POSTIGUET cierra 16:30	SAN JUAN PLAYA cierra 15:45
14:00	Solapa en parte	Solapa en parte
16:15	Cerrado	Cerrado
18:30	Cerrado	Cerrado
21:00	Cerrado	Cerrado

De las cuatro franjas, solo la primera cae dentro del horario, y ya con el servicio de comidas terminando. El corte que llegamos a verificar fue un domingo a las 17:45, con los dos locales cerrados desde hacía rato.

Se suma que **solo afecta a clientes de Movistar** —desde Orange, Vodafone o wifi la carta abre con normalidad— y que la web se instala en el móvil y funciona sin conexión: quien ya la haya abierto alguna vez la sigue teniendo. El caso que quedaría es estrecho: alguien de Movistar, con datos móviles, que entre por primera vez, un sábado o domingo, entre las dos y las cuatro.

No proponemos mover nada por esto. Está aquí para que lo sepáis, no porque haya que actuar. Si algún día molesta, se resuelve llevando la web a vuestro propio servidor y ya está estudiado cómo.

LEDONET · Pablo Ledo · pablo@ledo.net · +34 686 66 71 60

Documento de trabajo, septiembre de 2026. Las cifras de producto y los ejemplos de la prueba salen de la carta publicada y de la documentación técnica de Yurest.