

LONJA

Comercio local, ventas a través de agentes

Análisis del negocio, monetización y plan de validación

Documento de trabajo · Valencia, España · 9 de octubre de 2026

Conclusión ejecutiva

Lonja puede cobrar por ventas que procesa, pero hoy esa monetización sigue sin estar decidida ni activada. El producto implementa un flujo de pago en Stripe de prueba en la cuenta conectada del comercio y, la configuración de prueba no retiene una comisión de plataforma y la política comercial sigue abierta. La oportunidad es validar primero que Lonja genera ventas incrementales y resuelve un problema real de descubrimiento y compra; después, acordar comisión, costes, responsabilidades y condiciones con comercios y Stripe.

1. Resumen ejecutivo

Lonja conecta comercios de barrio con clientes y agentes de compra. La experiencia inicial parte de una tienda física: el cliente identifica el local y el producto, confirma la variante y el precio, paga y recibe un ticket para recoger el artículo en la tienda.

La tesis de negocio

Muchos comercios pequeños no mantienen un catálogo digital utilizable por agentes ni un proceso sencillo para convertir una pregunta en una venta. Lonja crea una ficha y un catálogo confirmados por el vendedor, expone esa información mediante una API y MCP, y orquesta consentimiento, pago y entrega en tienda. Su valor comercial dependerá de que ese flujo añada ventas o reduzca trabajo y fricción para el comercio.

Lectura del estado actual

Dimensión	Hecho observado	Implicación
Producto	API, MCP, agentes comprador/vendedor, onboarding, catálogo confirmado, checkout y ticket implementados en el repositorio.	Capacidad técnica demostrable; falta validar la experiencia en el host real y en un piloto comercial.
Pagos	Stripe Connect de prueba; PaymentIntent en contexto de cuenta conectada.	No acredita procesamiento de pagos reales ni una política comercial de pagos lista.
Monetización	La propuesta D-031 deja la comisión de plataforma en cero durante pruebas; Q-005 sigue abierta.	No se debe afirmar que Lonja ya gana comisión por las ventas.
Distribución	Índice local de Valencia con 2.643 fichas OSM, todas sin verificar.	Cobertura de descubrimiento, no 2.643 comercios adheridos.
Tracción	No hay en la evidencia revisada datos de ventas reales, comercios activos o retención.	No presentar usuarios, GMV, conversión o ingresos como tracción observada.

Veredicto

El caso es una hipótesis de infraestructura de comercio para agentes con una primera experiencia local de compra presencial. La comisión por transacción es el ingreso más alineado con el éxito del comercio y con la infraestructura existente, pero su viabilidad económica y jurídica aún requiere diseño y pruebas. La prioridad no es proyectar ingresos como si existieran: es medir comercios activados, compras completadas, margen por pedido y repetición.

2. Producto y flujo de valor

Lonja cubre el espacio entre el descubrimiento de una tienda y la entrega de un artículo comprado en persona. El vendedor conserva control sobre la información comercial: confirma producto, variante, precio, impuestos, oferta en tienda, imágenes y modo de entrega.

- Descubrimiento: localizar un comercio mediante nombre, dirección o foto de escaparate. Las fichas importadas se muestran como no verificadas.
- Activación: el comercio reclama la ficha, aporta evidencia, revisa su perfil, configura pagos y confirma el catálogo. La titularidad y la aptitud para vender dependen de controles separados.
- Compra: el cliente fotografía el artículo, el agente sugiere coincidencias del catálogo confirmado y el cliente elige producto y variante.
- Consentimiento y cobro: Lonja presenta precio con IVA y términos; el cliente aprueba exactamente la cotización. Stripe confirma el pago mediante webhook.
- Entrega: el comprador recibe un ticket visual y el comercio una notificación. La recogida ocurre en el propio local.

Quién recibe valor

Actor	Valor que Lonja intenta crear	Prueba necesaria
Comercio	Ventas adicionales; presencia digital sin montar tienda online; menos interrupciones en hora punta.	Venta incremental frente a ventas que habrían ocurrido igual; minutos de alta y gestión; coste operativo.
Comprador	Encontrar producto local mediante conversación y pagar con precio claro antes de recoger.	Finalización de tarea, conversión, tiempo hasta compra y confianza.
Agente / plataforma	Acceso a datos comerciales confirmados y acciones de compra con permisos explícitos.	Integraciones activas, búsquedas que llegan a checkout y fiabilidad del flujo.
Lonja	Una capa común de catálogo, comercio, consentimiento, pago y ticket.	Margen de contribución, densidad local y costes por comercio y por transacción.

Límite del producto inicial

El primer caso está pensado para compra y recogida en tienda. No promete inventario online en tiempo real, envíos, carrito de varios artículos ni disponibilidad derivada de una ficha pública. La persona debe confirmar que tiene físicamente el producto y la variante elegida. La web pública actual funciona como índice de descubrimiento; no sustituye la experiencia de compra dentro del agente.

3. Modelo de negocio y monetización

La intuición del fundador -ingresar cuando una compra ocurre a través de Lonja- encaja con el diseño del flujo. A fecha del análisis, sin embargo, la comisión es una propuesta de modelo, no una decisión operativa aprobada.

Qué dice la implementación

- La compra crea un PaymentIntent sin confirmar en el contexto de la cuenta conectada de Stripe.
- La especificación de proveedores mantiene el piloto en modo test y deja sin resolver quién soporta las comisiones del procesador.
- La decisión D-031 propone explícitamente no cobrar una comisión de plataforma en Stripe test.
- La pregunta Q-005 sigue abierta: tipo de Connect y distribución de comisiones. El rol de comerciante registrado, obligaciones y responsabilidad en producción también siguen pendientes.

Opciones de ingresos

Modelo	Cómo cobraría Lonja	Ventaja	Riesgo / momento
Comisión por venta	Porcentaje del importe elegible de pedidos pagados y no reembolsados.	Alinea el precio con resultados del comercio; aprovecha checkout y eventos de pago.	Primera hipótesis a probar. Depende de acuerdo de Stripe Connect, costes y atribución.
Suscripción de comercio	Cuota mensual por catálogo, perfil o herramientas.	Ingresos previsibles; no depende de procesar pagos.	Difícil de vender antes de probar valor recurrente; añadir fricción de entrada.
Híbrido	Plan gratuito o básico más comisión, con servicios de pago opcionales.	Puede equilibrar acceso y monetización conforme crece el valor.	Más complejidad de oferta y soporte; posterior al aprendizaje del piloto.
Infraestructura para agentes	Cobro a plataformas por uso/API o acuerdos comerciales.	Puede capturar valor por distribución de agentes.	No hay contrato ni volumen confirmados; mantener como opción futura.

Recomendación de hipótesis

Probar una comisión únicamente sobre transacciones atribuibles y liquidadas, con política explícita para reembolsos, anulaciones y disputas. No fijar el porcentaje en esta fase. Estudiar cuánto valor incremental recibe el comercio, cuánto puede pagar sin perder margen y qué coste total genera el cobro. Mantener acceso y onboarding simples; evaluar una cuota solo cuando haya uso recurrente que justifique herramientas continuas.

Fórmula de ingresos

Ingresos brutos por comisión = pedidos elegibles completados × ticket medio × take rate. Ingreso neto por transacción = comisión cobrada – procesamiento asumido por Lonja – coste variable de infraestructura/soporte – pérdidas por fraude, devolución o disputa. La definición exacta del importe elegible y quién paga cada coste deben decidirse antes del lanzamiento.

4. Economía ilustrativa por transacción

Sin datos reales de pedidos o costes, la tabla siguiente es una sensibilidad para hacer explícitas las palancas. No es previsión, presupuesto, objetivo aprobado ni evidencia de demanda. Supone un ticket medio ilustrativo de 45 € y muestra comisión bruta antes de costes, IVA, devoluciones o descuentos.

Pedidos/mes	GMV mensual ilustrativo	5% take rate	10% take rate	15% take rate
50	€2,250	€112	€225	€338
200	€9,000	€450	€900	€1,350
500	€22,500	€1,125	€2,250	€3,375

Ejemplo de lectura: 200 pedidos mensuales × 45 € de ticket medio = 9.000 € de GMV mensual. Un 10% daría 900 € de comisión bruta, antes de cualquier coste. No equivale a margen ni ingreso reconocido. El 5%, 10% y 15% son puntos de sensibilidad, no precios recomendados.

Economía unitaria que falta medir

Variable	Definición operativa	Cómo medir
Pedidos elegibles	Compras confirmadas por webhook, netas de cancelación/reembolso según política.	Conciliar eventos de pago, reembolsos y ledger de Lonja.
GMV atribuible	Importe bruto de pedidos generados mediante la experiencia Lonja.	Registrar origen de sesión y pedido sin sobrecontar reintentos.
Take rate efectivo	Comisión de plataforma / GMV elegible.	Calcular sobre fondos reales retenidos y ajustes.
Coste de pago	Cuotas de Stripe, coste de Connect y pérdidas atribuibles.	Validar la asignación contractual y revisar extractos reales.
Coste variable por orden	IA, mensajería, infraestructura, soporte y conciliación.	Medir uso/token, entrega y tiempo humano por caso.
Margen de contribución	Ingreso neto por transacción menos costes variables.	Seguimiento por cohorte, categoría y comercio.
Incrementalidad	Ventas que no habrían ocurrido sin Lonja.	Comparar con base previa, grupo de control o encuesta con método consistente.

Umbral básico

Si el coste fijo mensual de operación es F y la contribución neta por pedido es C, el equilibrio mensual exige pedidos aproximados = F / C . Lonja no dispone todavía de estimaciones validadas de F ni C. La decisión de escalado debe esperar a observaciones del piloto, no a GMV bruto por sí solo.

5. Mercado inicial y estrategia de entrada

El repositorio documenta un piloto en Valencia capital y un flujo de compra presencial en una sola tienda. No aporta una estimación externa de mercado ni evidencia de que el índice sea un mercado servible. Por tanto, el tamaño del negocio debe construirse desde abajo con comercios que acepten vender, pedidos por comercio y una comisión validada.

Secuencia propuesta

Fase	Trabajo	Señal para avanzar
1. Demo controlada	Completar el flujo en host real con un comercio participante o ficticio claramente marcado; Stripe test y recuperación ensayados.	Flujo repetible, precio correcto, aprobación explícita, ticket y notificación fiables.
2. Piloto con comercios	Reclutar un grupo pequeño de locales en una zona compacta. Completar catálogo, preparación de checkout y soporte humano acotado.	Comercios activados que reciben pedidos y aceptan la carga operativa.
3. Validar monetización	Probar aceptación de una comisión y medir margen incremental del vendedor y margen de Lonja.	Retención del comercio, contribución positiva y repetición de pedidos.
4. Ampliar distribución	Agregar comercios, categorías y agentes solo si soporte, derechos de datos y pagos pueden sostenerlo.	Coste de incorporación y servicio controlado; calidad y cobertura verificadas.

Embudo de oferta

Fichas indexadas → comercios localizados → reclamaciones iniciadas → verificación aprobada → perfil y catálogo confirmados → cuenta de pago habilitada → primera venta → ventas repetidas. La cifra local de 2.643 fichas no debe usarse como recuento de comercios disponibles para comprar: todas estaban marcadas como no verificadas en la importación del 7 de octubre de 2026.

Canales a probar

- Captación directa en una microzona con demostración en tienda y alta asistida.
- Recomendación entre comercios y asociaciones locales después de documentar resultados iniciales.
- Integraciones con agentes como canal de demanda, condicionadas a adopción real de herramientas MCP y contratos de distribución.
- Web pública como índice y punto de entrada, manteniendo atribución y aviso de datos incompletos.

6. Ventaja, alternativas y posición

El producto combina datos comerciales estructurados con una acción transaccional que el agente puede ejecutar con consentimiento explícito. Esa combinación puede diferenciar a Lonja de un simple directorio, de un catálogo sin pagos o de una tienda online tradicional. No se ha documentado una evaluación comparativa de competidores; estas categorías describen alternativas funcionales y no una afirmación de liderazgo.

Alternativa del cliente	Qué resuelve	Brecha que Lonja intenta cubrir
Buscar en mapas/directorios	Encontrar nombre y ubicación.	Información de producto confirmada y compra dentro de la conversación.
Contactar por teléfono o mensajería	Preguntar a una tienda concreta.	Flujo consistente y estructurado entre agentes, precio, aprobación y ticket.
Marketplace tradicional	Catálogo, búsqueda y transacción digital.	Descubrimiento local y recogida inmediata en tienda física, con agente como interfaz.
Web propia del comercio	Control completo de la presencia digital.	Menos trabajo para cada comercio y datos accesibles desde agentes externos.
No hacer nada	Sin coste ni instalación para el comercio.	La propuesta debe demostrar ventas incrementales mayores que el esfuerzo y la comisión.

Activo defendible potencial

La tecnología subyacente es replicable. Una ventaja podría surgir de una red densa de comercios con catálogos fiables, historial de conversión por canal, integraciones con agentes y un onboarding que reduzca el coste de activación. Esa ventaja solo se forma si Lonja consigue participación de comercios, demanda repetida y calidad de datos. El índice público por sí solo no constituye una barrera sólida.

Implicación para la estrategia

En la fase inicial importa más la densidad en una zona y una categoría concreta que una cobertura geográfica grande. El caso presencial debe probarse antes de ampliar a envíos o inventario online, que añaden devoluciones, logística, disponibilidad y obligaciones de consumidor.

7. Métricas de negocio y experimentos

Medir un embudo de comercio y un embudo de comprador. Separar datos observados, estimaciones y objetivos en cada informe. El backend ya registra estados de compra y readiness, pero el seguimiento de analítica de producto y la validación comercial no aparecen como un sistema desplegado.

Métrica	Definición	Uso
Activación de comercio	Comercios aprobados que completan perfil, catálogo y pagos / comercios que inician alta.	Detecta fricción de onboarding.
Tiempo hasta primera venta	Días desde inicio de alta hasta primer pago confirmado.	Mide coste de activación y velocidad de valor.
Conversión a compra	Sesiones cualificadas de producto que terminan en pago confirmado.	Evalúa descubrimiento, confianza, catálogo y pago.
Tasa de repetición	Comercios y compradores con segunda compra en un periodo definido.	Evalúa valor recurrente.
GMV por comercio activo	GMV confirmado / comercios con venta en el periodo.	Base para comisión; informar junto al número de comercios.
Margen de contribución	Ingreso de Lonja neto de costes variables / pedidos.	Decisión de viabilidad económica.
Incidentes de confianza	Erroros críticos de precio, disponibilidad, autorización o pago.	Riesgo y calidad; el objetivo documentado es cero incidentes críticos.

Experimentos de los primeros 90 días de piloto

- Problema y demanda: observar tareas de compra reales y registrar qué proporción termina en pago sin ayuda del equipo.
- Valor al comercio: comparar ventas atribuidas por Lonja con ventas habituales y preguntar si el comercio volvería a usarlo.
- Precio: presentar escenarios de comisión transparentes a comercios, medir aceptación y negociar quién absorbe costes de Stripe.
- Operación: cronometrar alta, corrección de catálogo, soporte y conciliación por comercio y por compra.
- Confianza: registrar errores de coincidencia, abandono, diferencias de precio, falta de disponibilidad y objeciones al pago.
- Repetición: medir segunda compra y continuidad del catálogo antes de expandir la geografía.

Puerta de decisión

Continuar si los comercios activados completan ventas, aceptan la experiencia y muestran repetición, mientras el margen de contribución puede ser positivo bajo una estructura de costes verificable. Cambiar el flujo si la compra se atasca en catalogación, confianza o pago. Frenar expansión si el soporte humano, la atribución de pedidos o el cumplimiento de pagos no se pueden operar de manera sostenible.

8. Riesgos y trabajo previo al cobro real

Riesgo	Estado conocido	Trabajo antes de escalar
Monetización y pagos	Comisión y asignación de tarifas no decididas; checkout probado en modo test.	Resolver Q-005; definir Connect, comisiones, saldos, reembolsos, disputas y conciliación.
Responsabilidad legal y fiscal	La prueba no acredita quién vende ni quién debe emitir factura.	Revisión especializada de rol contractual, IVA, facturación, consumo, pagos y protección de datos.
Datos del índice	2.643 registros OSM locales, no verificados; 17 posibles duplicados manuales.	Revisar duplicados, frescura y reclamaciones; evaluar obligaciones ODbL del índice compuesto antes del lanzamiento o distribución masiva.
Disponibilidad del catálogo	No hay contador de inventario en línea.	Mantener la confirmación del artículo físico; definir expiración y cancelación.
Integración de agente	Host-neutral; validación final en Instinct aún pendiente.	Completar ensayo en el host/dispositivo real, permisos, pago y notificación sin interrupción.
Operaciones	La consola existe; observabilidad y operación alojada no están completas.	Definir monitoreo, alertas, soporte, backups, respuesta a incidentes y guardias.
Confianza y fraude	Evidencia y permisos con salvaguardas; validación comercial limitada.	Medir falsos positivos, pagos desconocidos, abuso, errores y reembolsos; probar recuperación.

Gates de producción

- Diseño aprobado de Stripe Connect y reparto de costes.
- Comercio piloto participante y catálogo válido; sin usar la tienda ficticia como prueba de tracción.
- Ensayo completo con entorno de prueba y camino de recuperación para pagos desconocidos.
- Validación real del host agente, autorización firmada y claridad del consentimiento.
- Revisión jurídica, fiscal, de consumo, privacidad y licencias de datos.
- Operación alojada con seguridad, observabilidad, backups y soporte.

9. Plan de trabajo y decisiones

Prioridad	Decisión / tarea	Evidencia de salida
P0	Elegir modelo Connect y asignar costes, comisiones, disputas, reembolsos y responsabilidades.	Diseño de pago revisado por Stripe/asesoría y términos acordados con comercio.
P0	Cerrar demo punta a punta con host real, comercio o fixture claramente identificado y cuenta Stripe test.	Acta de ensayo con estados, fallos, recuperación y condiciones reales del dispositivo.
P0	Reclutar comercios piloto y construir catálogos confirmados en una microzona.	Comercios participantes; métricas de alta, catálogo y primera venta.
P1	Instrumentar atribución, economía unitaria y embudos.	Panel o informe reproducible que distingue pagos, reembolsos, GMV, ingreso y costes.
P1	Probar sensibilidad al precio y validar incremento de ventas para comercios.	Entrevistas y transacciones observadas, no solo intención declarada.
P1	Cerrar revisión de índice compuesto y oferta de copia compatible con ODbL antes de lanzamiento o distribución masiva.	Decisión escrita de clasificación, avisos y mecanismo de cumplimiento.
P2	Decidir suscripción, plan híbrido, API comercial y expansión geográfica.	Basado en uso recurrente, margen y coste de soporte del piloto.

Preguntas que debe responder el equipo

- ¿Qué se considera una venta atribuible a Lonja y durante cuánto tiempo se atribuye?
- ¿Qué porcentaje deja margen positivo al comercio y a Lonja, después de costes de pago y operación?
- ¿Quién aparece como vendedor ante el comprador y quién asume obligaciones de IVA, factura, devolución y atención?
- ¿Puede Lonja demostrar ventas incrementales y repetición sin depender de ayuda manual?
- ¿Qué canal aporta demanda: sitio público, agente propio o agentes externos?
- ¿Qué nivel de densidad local hace útil el catálogo para el comprador y rentable el soporte?

10. Fuentes, supuestos y términos

Este análisis prioriza especificaciones y registros locales del proyecto con fecha de corte 9 de octubre de 2026. Las afirmaciones de estado describen el repositorio y documentación revisados; no certifican el despliegue de lonja.dev ni un entorno de producción.

Referencia	Uso en el análisis
README.md y apps/web/README.md	Propuesta de producto, componentes técnicos, estado del demo y límites de despliegue.
spec/HUMAN_SPEC.md	Flujo de compra, alta de comercios, catálogo, pagos, límites y operación.
spec/lonja/decisions.spec.ir, D-031 y Q-005	Sin comisión de plataforma en el test; decisión de Connect y fee allocation siguen abiertas.
spec/lonja/interfaces/providers.spec.ir	PaymentIntent en contexto de cuenta conectada, Stripe test y responsabilidad pendiente.
apps/api/README.md	Comportamiento del API de cotización, aprobación y pago.
spec/VALENCIA_PILOT_IMPORT.md y spec/DATA_SOURCE_REVIEW.md	Importación local OSM: 2.643 fichas no verificadas y 17 posibles duplicados; revisión ODbL pendiente para producto.
spec/lonja/decisions.spec.ir, D-038	Zapatilla de 79,90 € y 21% IVA son fixture sintético; no usar como precio o tratamiento fiscal real.
spec/IMPLEMENTATION_STATUS.md y README.md	Gates técnicos todavía pendientes: host, comercio, Stripe test, operación y validación.

Supuestos de sensibilidad

Ticket medio de 45 €, volúmenes de 50/200/500 pedidos mensuales y take rates de 5%/10%/15% son entradas ilustrativas elegidas únicamente para comparar aritméticamente escenarios. No provienen de datos de Lonja ni de estudio de mercado. Los ingresos calculados son comisión bruta hipotética, no beneficio, previsión ni cifra actual.

Glosario

GMV: valor bruto de mercancía transaccionada. Take rate: porcentaje del GMV elegible cobrado por la plataforma. Comisión bruta: ingreso antes de costes de procesamiento, soporte, infraestructura, fraude, impuestos y ajustes. Margen de contribución: ingreso neto por pedido después de costes variables atribuibles.

Uso interno para decisiones de producto y piloto. Las decisiones legales, fiscales y de pagos requieren revisión profesional antes de procesar transacciones reales.