
TALLER

“Puesta en marcha de una tienda online”

José Luis Torres Revert

Socio-Consultor Base Cía. de Soporte Lógico, S.A.L.

INDICE

1. **Introducción al e-commerce**
2. **Vender en internet es fácil...**
3. **Medios de pago y procesos de cobro**
4. **Logística y producción**
5. **Consideraciones jurídicas y legales**
6. **Seguridad en las transacciones**
7. **Técnicas de marketing en internet**
8. **Cómo crear mi plataforma e-commerce**
9. **Prácticas con una tienda online (*Prestashop*)**

1

Introducción al e-commerce

¿Qué es el comercio electrónico?

Cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet.



El **Comercio Electrónico** permite a las empresas:

- ✓ Situar en un **mercado global**
- ✓ Ser más **eficientes**
- ✓ Ser más **flexibles** en sus operaciones internas
- ✓ Dar mejor **respuesta a sus clientes**

El comercio electrónico hizo un nuevo récord de facturación en

España: 9.201 M €

(un **25,70%** más que en 2010).

Fuente: [CMT](#)



m-commerce

Casi 86 millones de usuarios de smartphones en **USA** accede a sitios de e-commerce:

¡4 de cada 5
usuarios!

Fuente: [Comscore](#)



2

Vender en Internet es fácil...

¿Producto o servicio? ¿Físico o digital?

¿Hay demanda en internet?

(Google Keyword Tool)

¿Qué competencia existe?

(benchmarking/DAFO)

¿Qué precio pongo?

¿Qué modelo de negocio?

(premium, suscripción...¿margen o volumen?)

¿Qué me diferencia...?



3

Medios de pago y procesos de cobro

3. Medios de pago y procesos de cobro

Principales medios de pago

- Tarjeta (TPV virtual)
- Paypal
- Contrareembolso
- Transferencia bancaria



El método de pago principal de la tienda online debe constituir un **equilibrio de ventajas para el comprador y el vendedor, ya que no son las mismas.**

3. Medios de pago y procesos de cobro

Principales medios de pago

Cada forma de pago de tiene sus ventajas e inconvenientes, unas ofrecen más seguridad a comprador(contrareembolso) y vendedor (tarjeta) pero no son ágiles en la tramitación de pedidos (transferencia bancaria) o sus costes son elevados para el comprador (tarjeta con TPV virtual de entidad bancaria).



3. Medios de pago y procesos de cobro

Cada tienda es única y puede que en algún caso, por ejemplo pocos pedidos de importes grandes y que el tiempo de tramitación del pedido no sea un condicionante, la transferencia bancaria sea el medio de pago más aconsejable, pero **si se trata de artículos de poco importe, con alto índice de pedidos y gestión constante de stock, debemos integrar una forma de pago que permita automatizar en tiempo real la contabilización de esa venta y su procesamiento:**

- Facturación
- Almacén
- Logística



3. Medios de pago y procesos de cobro

Principales medios de pago

El medio de pago actual que ofrece todo eso y que una tienda debería ofrecer como mínimo es **Paypal** (ofrece incluso desde marzo la posibilidad de solicitar la tarjeta de crédito de Paypal -emitida por Cetelem), las comisiones por transacción son “razonables” (3,4% + €0,35 EUR hasta 2.500 € mensuales) y no tiene gastos fijos aunque no haya ventas (a diferencia por ejemplo de los TPV de entidades bancarias).

Paypal admite cualquier tarjeta de crédito o débito (además de transferencia), no es necesario tener cuenta en Paypal para pagar (aunque en España ya hay más de 2 millones de usuarios), en España se está extendiendo y fuera es un medio común de pago que ofrece total confianza a los compradores.



3. Medios de pago y procesos de cobro

Principales medios de pago

En resumen, **cuantas más facilidades de pago demos al comprador, mejor, aunque unas formas se suelen potenciar frente a otras** (a las compras mediante contrareembolso se le suele añadir un recargo de unos 5 € extra o informar de que los pagos mediante transferencia no garantizan la existencia de stock en el momento del envío y que los gastos de comisión bancaria en concepto de transferencia en caso de devolución se le descontarán al cliente).



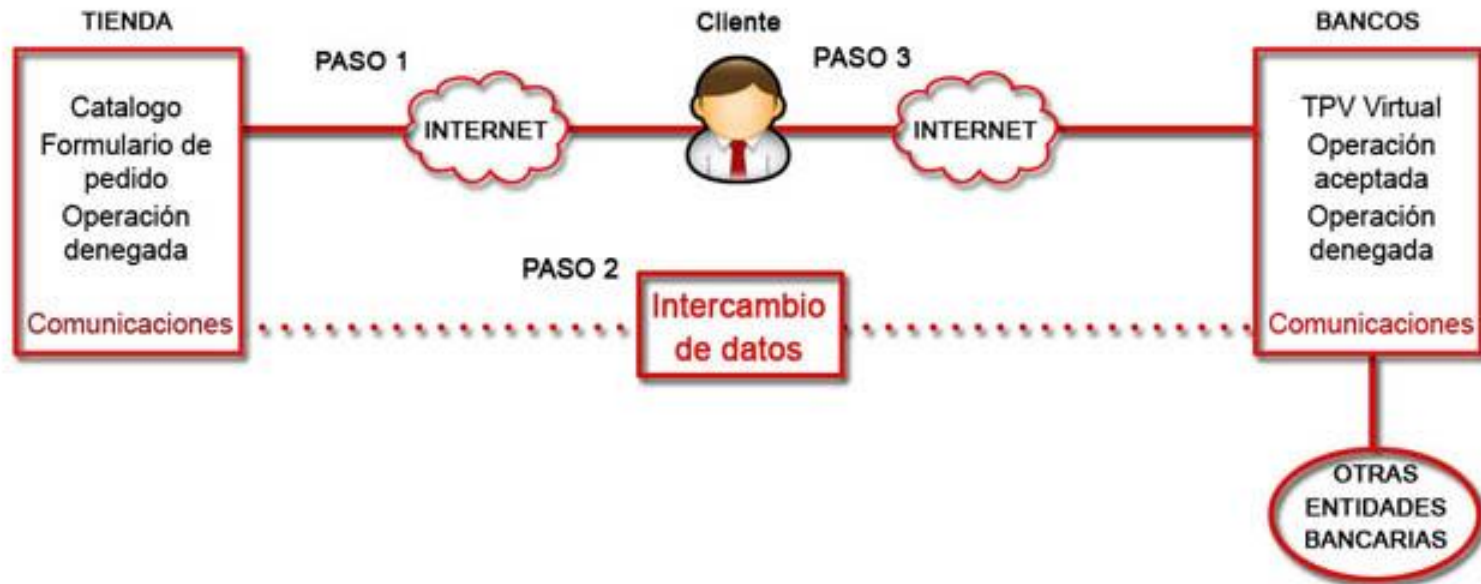
3. Medios de pago y procesos de cobro

Pasarelas de pago ¿cómo funcionan?

PASO 1: El cliente realiza el pedido

PASO 2: banco y tienda intercambian datos

PASO 3: El cliente realiza el pago



4

Logística y distribución

4. Logística y distribución

GESTIÓN DE PRODUCTOS

Zonas de picking, manipulación, embalaje, códigos de barras, clasificaciones automáticas, estanterías de paletización, etc.

Gestión de productos desde su recogida en fábrica (incluida la importación)

Transporte y estocaje en varias plataformas de logística.

Integración informática de pedidos.

Confección de pedidos.

Logística inversa.

4. Logística y distribución

SERVICIOS TELEFÓNICOS

Servicios profesionales de Venta y Soporte Telefónico.

Captación: marketing promocional + e-mailing + venta telefónica.

Recepción de pedidos telefónicos.

Help desk: Servicio telefónico de soporte al producto vendido (puesta en marcha, atc, plazos de devolución, etc.

4. Logística y distribución

OTROS SERVICIOS

Preaviso: Envío de SMS y/o e-mail a los clientes

Flexibilidad: Para acordar horas de entrega más convenientes a los destinatarios.

Acuse de recibo en su Albarán-Factura.

Escaneo y presentación por web.

Seguro: Gran variedad de tipologías de seguro. Adaptable a las diferentes necesidades.

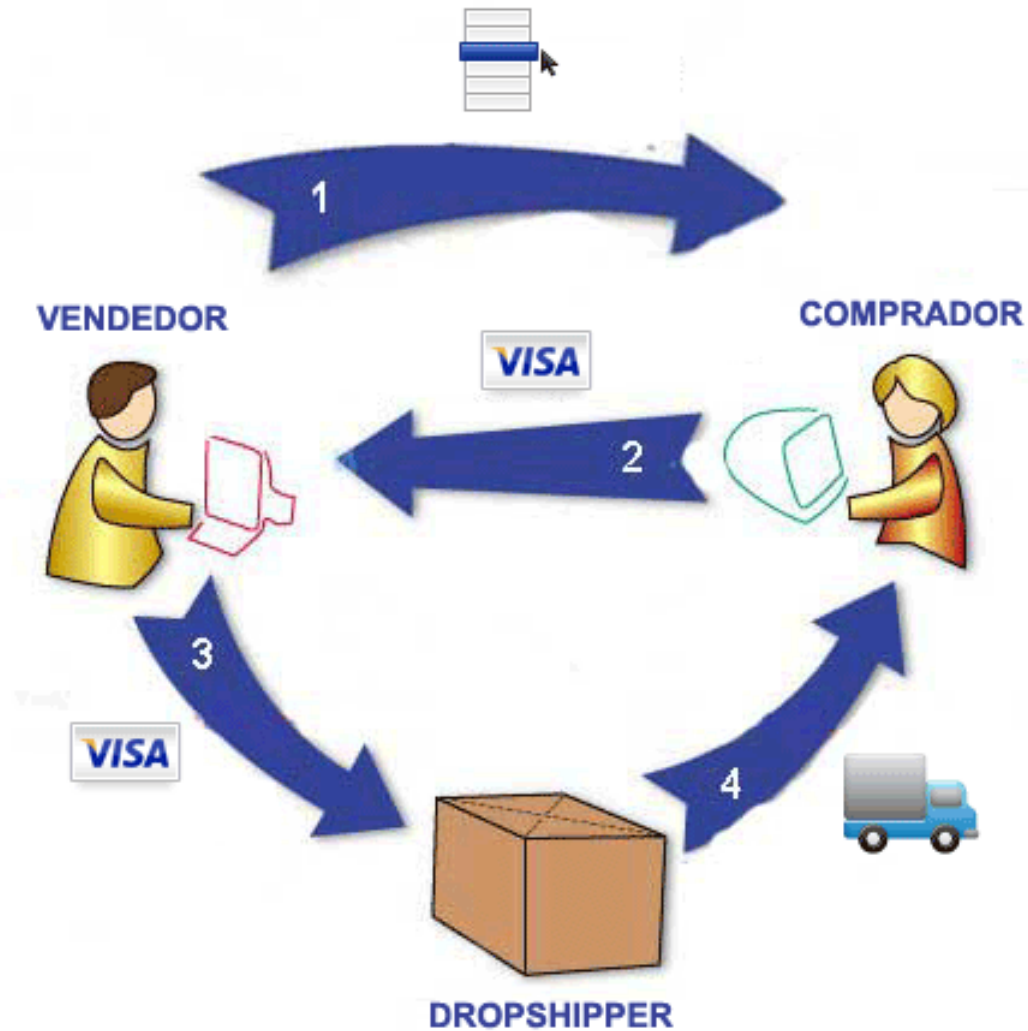
4. Logística y distribución

DROPSHIPPING

Dropshipping es un tipo de venta consistente en que **los mayoristas o proveedores envían la mercancía directamente a nuestros clientes** con el sistema de marca blanca.



4. Logística y distribución



4. Logística y distribución



4. Logística y distribución

DROPSHIPPING

VENTAJAS

- No se requiere un gran desembolso económico para iniciar la Tienda
- Muchos dropshippers no requieren compras mínimas
- No hay necesidad de tener stock
- Ahorro en duplicidad de costes de envío
- Ahorro en costes de embalajes, locales, mano de obra, etc.
- Reducción en tiempos de entrega



4. Logística y distribución

DROPSHIPPING

INCONVENIENTES

- Dependencia del transportista utilizado por nuestro mayorista
- Desconocimiento de los productos que comercializamos
- Dificultad para controlar stocks de proveedores
- Dependencia de 1 sólo proveedor
- Mayor competencia
- Gestión de devoluciones
- Eres el único responsable ante tu cliente

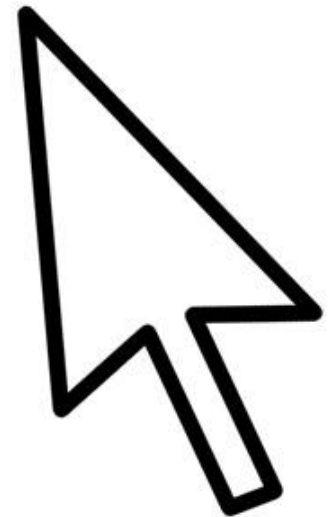


4. Logística y distribución

DROPSHIPPING

ENLACES DE INTERÉS

- <http://spanish.alibaba.com/>
- <http://www.focalprice.com/helpdropship.html>
- <http://www.webdosb.com/>
- <http://www.dhgate.com>
- <http://www.beltal.com/>
- <http://www.wholesalecentral.com/Dropshippers.html>
- <http://paginaderegios.com/enlaces-web/paginas-de-dropshippers.html>



5

Consideraciones jurídicas y legales

12. Consideraciones jurídicas y legales

La **legislación principal que hay que tener en cuenta a la hora de abrir una tienda en Internet** se recoge en:

LSSICE

(Ley Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico)

LOPD

(Ley Orgánica de Protección de Datos).



5. Consideraciones jurídicas y legales

La Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico **regula las comunicaciones comerciales por vía electrónica, la información que hay que facilitar al usuario antes, durante y después de la contratación así como las infracciones y su sanción.**

Estos aspectos están orientados a: **compras, contratación de servicios, subastas de artículos, gestión de compras en grupo, envío de información comercial y vídeo bajo demanda,** siempre y cuando se realicen utilizando la vía telemática.



LSSICE

www.basecia.es

5. Consideraciones jurídicas y legales

Esta ley tiene 45 artículos agrupado en 7 títulos, varias disposiciones y un anexo. El contenido de cada título es básicamente el siguiente:

- Título I.** Disposiciones generales, en las cuales se especifica el objeto de la Ley así como su ámbito de aplicación.
- Título II.** Prestación de servicios de la Sociedad de la Información. Se detallan aspectos como el principio de libre prestación de servicios así como las responsabilidades de estos prestadores, obligaciones, el régimen de responsabilidad y los códigos de conducta.
- Título III.** Comunicaciones comerciales por vía electrónica. Regula el uso de las TIC en las comunicaciones comerciales, posibilidades y limitaciones.
- Título IV.** Contratación por vía electrónica. Regula los aspectos de las contrataciones a través de las TIC.
- Título V.** Solución judicial y extrajudicial de conflictos. Regula los mecanismos a imponer en caso de que surjan conflictos, ya sea por vía judicial o a través de otros medios.
- Título VI.** Información y control. Explica qué fuentes se pueden usar para solicitar información sobre deberes y derechos, así como el mecanismo para la comunicación de resoluciones relevantes. Indica también quién y cómo realizará el control para que se cumpla la legislación y establece un deber de colaboración con estos organismos de control.
- Título VII.** Infracciones y sanciones. En este apartado se tipifican las actitudes que se consideran infracciones así como la cuantía de las sanciones correspondientes.

LSSICE

5. Consideraciones jurídicas y legales

Obligaciones de información

■ Deben mostrar en su página web, la siguiente información:

- ❑ Su denominación social, NIF, domicilio y dirección de correo electrónico, teléfono o fax.
- ❑ Los datos de inscripción registral.
- ❑ Códigos de conducta a que estén adheridas.
- ❑ Precios de los productos o servicios que ofrecen, con indicación de los impuestos y gastos de envío.
- ❑ En su caso, datos relativos a la autorización administrativa necesaria para el ejercicio de la actividad; datos de colegiación y título académico de profesionales que ejerzan una actividad regulada; e información adicional cuando al servicio se acceda mediante un número de teléfono de tarificación adicional.

Para las **empresas**
que realizan
comercio
electrónico

LSSICE

www.basecia.es

5. Consideraciones jurídicas y legales

y si además realiza contratos on-line deberá añadir la siguiente información con carácter previo al proceso de contratación:

- ❑ Trámites que deben seguirse para contratar on-line.
- ❑ Si el documento electrónico del contrato se va a archivar y si éste será accesible.
- ❑ Medios técnicos para identificar y corregir errores en la introducción de datos.
- ❑ Lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.
- ❑ Condiciones generales a que, en su caso, se sujete el contrato.

...y confirmar la celebración del contrato por vía electrónica, mediante el envío de un acuse de recibo del pedido realizado.

LSSICE

5. Consideraciones jurídicas y legales

Obligaciones

...y si hacen
**publicidad por
vía electrónica**

- El anunciante debe identificarse claramente
- El carácter publicitario del mensaje debe resultar inequívoco.
- Si se realizan ofertas, concursos o juegos promocionales, además de lo anterior, se deberá:
 - Identificarlas como tales.
 - Expresar de forma clara e inequívoca las condiciones de participación.
- Cuando se envíen por correo electrónico, mensajes SMS...:
 - Obtener con carácter previo la solicitud o autorización expresa del destinatario.
 - Identificar el mensaje publicitario con la palabra « publicidad » o la abreviatura « publi ».
 - Establecer procedimientos sencillos para facilitar revocación del consentimiento del usuario.

LSSICE

www.basecia.es

5. Consideraciones jurídicas y legales

Para más información visita la web oficial

en: <http://www.mityc.es/dgdsi/lssi/Paginas/Index.aspx>

Para consultas puedes llamar al **902 446 006** o escribir

a: info@mityc.es

LSSICE

www.basecia.es

5. Consideraciones jurídicas y legales

La [Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal](#) y el [REAL DECRETO 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal](#) regulan el tratamiento de los datos de carácter personal y ficheros que los contienen, independientemente del soporte en el cual sean tratados, los derechos de los ciudadanos sobre ellos y las obligaciones de aquellos que los crean o tratan.

Cuando se soliciten datos personales a una persona o empresa ésta deberá ser previamente informada de modo expreso de:

- la existencia de un fichero o tratamiento de datos de carácter personal, de la finalidad de la recogida de éstos y de los destinatarios de la información
- el carácter obligatorio u opcional de la respuesta a las preguntas planteadas
- las consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa a suministrarlos
- la posibilidad de ejercitar los derechos de Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición (ARCO)
- la identidad y dirección del responsable del tratamiento (o su representante)

LOPD

5. Consideraciones jurídicas y legales

Se permite el tratamiento de datos de carácter personal que no hayan sido recabados directamente (por ejemplo datos han sido recogidos de fuentes accesibles al público), aunque **no se exime de la obligación de informar** por parte del responsable del fichero o su representante **si se destinan a la actividad de publicidad o prospección comercial.**

En cada comunicación que se dirija al interesado se le informará del origen de los datos y de la identidad del responsable del tratamiento así como de los derechos que le asisten.

LOPD

5. Consideraciones jurídicas y legales

Modelo de cláusula *LOPD*:

«En cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (*LOPD*), **[ESCRIBIR NOMBRE]**, como responsable del fichero informa de las siguientes consideraciones: Los datos de carácter personal que le solicitamos, quedarán incorporados a un fichero cuya finalidad es **[ESCRIBIR FINALIDAD]**. Los campos marcados con asterisco son de cumplimentación obligatoria, no siendo posible realizar la finalidad expresada si no aporta esos datos.

Queda también informado de la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, de sus datos personales en **[ESCRIBIR DATOS DE CONTACTO]**.»

LOPD

5. Consideraciones jurídicas y legales



EVALUA es una herramienta online de la AGPD (Agencia Española de Protección de Datos) para evaluar el cumplimiento de la LOPD y facilitar la verificación de las medidas de seguridad previstas por el Reglamento de Desarrollo de la LOPD.

*El tiempo estimado para realizar el test es 30 min.

Puedes más información sobre la LOPD: <http://www.agpd.es>

LOPD

5. Consideraciones jurídicas y legales

OTRAS LEYES

Otras leyes que también deberían tenerse en cuenta a la hora de publicar una tienda en Internet son:

- [Ley 7/1998, de 13 de abril, de Condiciones generales de contratación](#)
- [Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista](#)
- [Ley 25/2007, de 18 de octubre, de conservación de datos relativos a las comunicaciones electrónicas y a las redes públicas de comunicaciones](#)
- [Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica](#)
- [Ley 47/2002, de 19 de diciembre, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero de Ordenación del Comercio Minorista, para la transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva 97/7/CE, en materia de contratos a distancia, y para la adaptación de la Ley diversas Directivas comunitarias](#)

LOPD

6

Seguridad en las transacciones

6. Seguridad en las transacciones

Protección del servidor

- Configuración servidor web y BBDD
- Conexión SSL (https://)
- Firewall de aplicación (ataques como XSS o SQL Injection)
- Balanceo de carga / clusters
- Proxy-caché
- Otros: Anti-Crawl, Encriptación de Cookies, Anti-DoS,
- Antivirus
- Gestión de accesos y permisos
- Política de contraseñas
- Tests y auditorías periódicas



6. Seguridad en las transacciones

Protección del usuario

- Sospeche cuando reciba **e-mails de remitentes desconocidos**. Ante la duda, bórrelos. No abra ningún enlace o documento adjunto.
- No responda nunca a e-mails relativos a supuestos premios, ofertas de trabajo sospechosas, transferencias bancarias desde otros países a su cuenta, peticiones de auxilio de personas que no pueden disponer de su dinero. **Son todos ellos trucos para acceder a sus datos personales o estafarle.**
- No participe en “**cadena**s” (e-mails con noticias curiosas o advertencias, como virus inexistentes, que se le solicita que reenvíe a sus amigos o conocidos), el objetivo de muchas de ellas es recopilar direcciones de e-mail para su posterior utilización en campañas de spam (correo basura masivo) o **phishing**.
- Mantenga **actualizados** los sistemas de seguridad de su equipo (antivirus, firewall y antispyware) así como la última versión del navegador.
- Evite acceder desde ordenadores públicos (cibercafés...) o Wifis abiertas.

6. Seguridad en las transacciones

Protección del usuario

Conexión SSL (https://)

- Cuando realice compras en internet o se conecte a servicios de banca electrónica, la dirección debe comenzar por **https://** y en la parte inferior deberá aparecer el **símbolo de un candado cerrado**, ambos indicativos de que ha entrado en un entorno seguro.



El símbolo del candado le permite acceder al certificado de seguridad de la página, que deberá estar emitido a nombre de la entidad con la que está conectado. Si estas señales no aparecen, o el certificado no es válido, cancele la conexión y no introduzca sus claves: probablemente esté en un site fraudulento.

6. Seguridad en las transacciones

Phishing

El phishing es un **método fraudulento de obtener información personal a través de e-mails o webs falseadas** (spoofed) que simulan ser las auténticas.



6. Seguridad en las transacciones

Consejos para evitar el phishing:

1.- Mantener actualizado el sistema operativo y el navegador

2.- **Comprobar que el dominio** que aparece en la barra de direcciones del navegador es el auténtico. El remitente de un e-mail, la localización de una página y el uso de conexiones seguras SSL (https://) puede ser falseado (**el uso de https indica que la comunicación con el sitio se realiza de forma encriptada, no que el sitio sea auténtico...**).

3- No pulsar nunca en enlaces contenidos en correo SPAM o cualquier correo que indique hacer clic como respuestas rápidas aduciendo urgencia (ej: su cuenta será cancelada, debe reactivar, confirmar inmediatamente...). Ante la duda, contacte por e-mail o teléfono con el servicio de atención al cliente de su proveedor (banco, ISP...)

4- No descargar indiscriminadamente archivos y programas. Muchos de estas descargas gratuitas esconden algún tipo de spyware, adware o malware. Si lo hace, analícelo con un antivirus actualizado.

5- Estar al día de las informaciones sobre seguridad (vulnerabilidades, virus, nuevos delitos y estafas...) que se publican, así como las técnicas de autenticación que utilizan los servicios a los que accedemos.

6- Desconfiar de e-mails no personalizados (tratamiento genérico de cliente o usuario en el encabezamiento), con faltas de ortografía, gramaticales y con pobre diseño

7

Técnicas de marketing en Internet

7. Técnicas de marketing en Internet > Introducción

Todo el mundo conoce esta palabra pero pocos podrían dar una definición...
para unos está asociada a **vender**, otros a **anunciar** y otros a **diseñar**.

El marketing agrupa e integra muchas actividades distintas.



7. Técnicas de marketing en Internet > Introducción

Definiciones posibles:



7. Técnicas de marketing en Internet > Introducción

El marketing centra su actividad en los **deseos y necesidades del consumidor**. Hacer lo que el consumidor desea en lugar de hacer lo que deseamos nosotros como empresa.

"Marketing no es el arte de vender, sino de conocer qué es lo que se debe vender"



7. Técnicas de marketing en Internet > Introducción

Enfoque **EOP** (Empresa Orientada a Producto) vs **EOC** (Empresa Orientada a Cliente):

- Detectar deseos y necesidades insatisfechos
- Fabricar lo que se venderá en vez de intentar vender lo fabricado
- Anteponer el cliente al producto
- El cliente es el centro de la actividad de la empresa



7. Técnicas de marketing en Internet > Introducción



La venta se concentra en las necesidades del vendedor.

El marketing se concentra en las necesidades del comprador.

*La rapidez en detectar un cambio en la actitud
o necesidades del consumidor así como
la capacidad en adaptar o desarrollar
nuevas estrategias de marketing
son de gran importancia.*

7. Técnicas de marketing en Internet > e-Tienda y e-marketing



Marketing 360°

7. Técnicas de marketing en Internet > e-Tienda y e-marketing



¿Que es e-Marketing?

- Posicionamiento natural (SEO)
- Campañas de e-mail marketing
- Programas de intercambio de banners y enlaces
- Campañas de PPC (Pago por clic)
- Programas de publicidad patrocinada (SEM)
- Virales y campañas “a medida”
- Blog marketing
- Social Media (SMO)
- Geomarketing+movilidad

7. Técnicas de marketing en Internet > e-Tienda y e-marketing

Resultados de acciones de marketing

que pueden realizarse con una página web:

- Observar y analizar el comportamiento del consumidor
- Elaborar encuestas
- Realizar de tests de mercado
- Creación de nuevos productos (*open innovation+crowdsourcing*)
- Establecer políticas de descuentos, márgenes, etc.
- Medir la eficacia de las campañas
- Determinar territorios y zonas de venta
- Realizar promociones y ofertas exclusivas
- Programas de fidelización



8

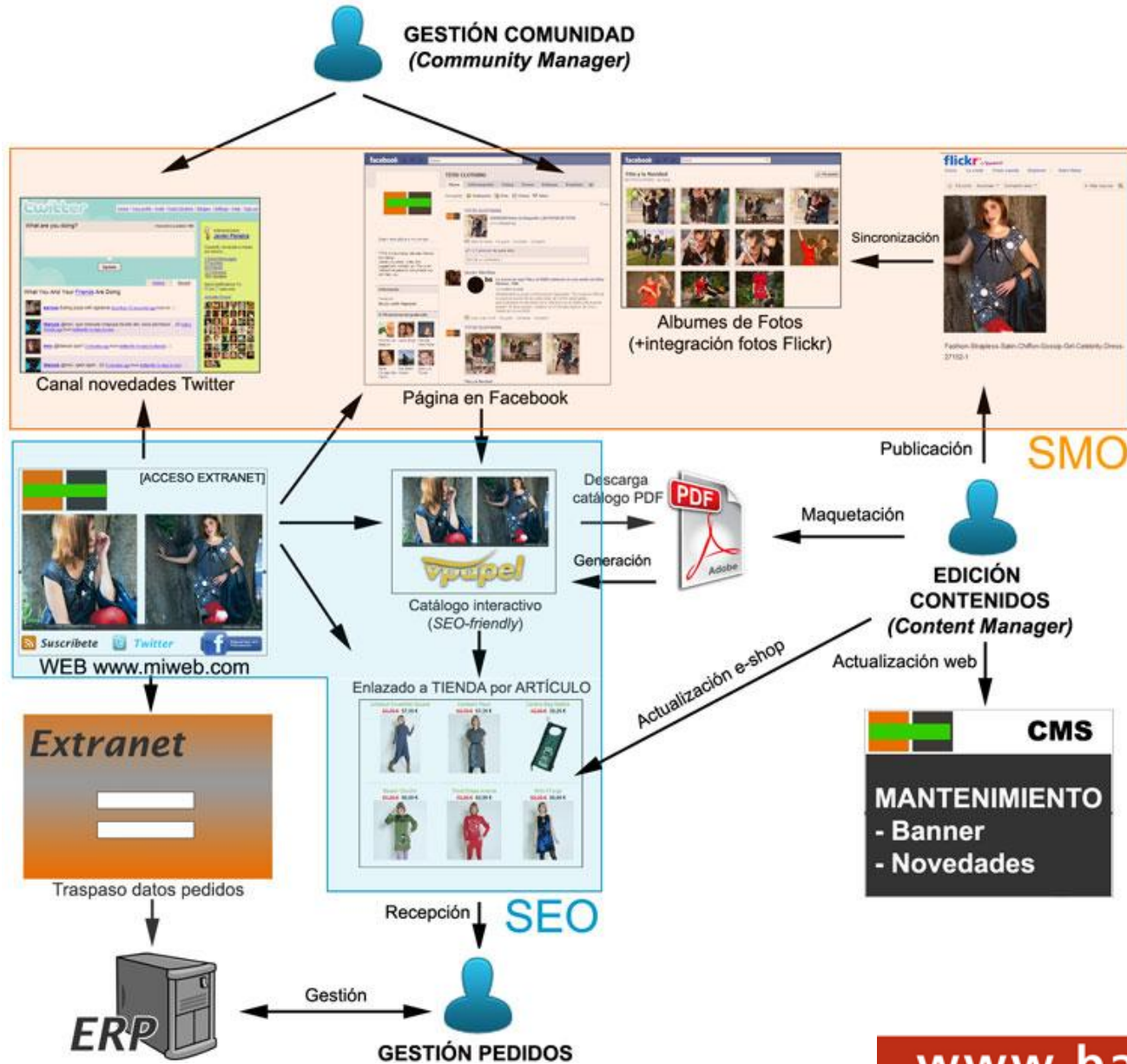
Cómo crear mi plataforma e-commerce

8. Cómo crear mi plataforma e-commerce



www.prestashop.com

8. Cómo crear mi plataforma e-commerce



8. Cómo crear mi plataforma e-commerce



HelloGoogle.com 2008

8. Cómo crear mi plataforma e-commerce

Checklist de opciones:

- Advertisement (**P**ublicidad)
- Products (**C**atálogo)
- Payment (**P**ago)
- Tools (**U**tilidades)
- Blocks (**B**loques)
- Stats (**E**stadísticas)



El documento completo está accesible en:

<http://www.slideshare.net/basecia/checklist-opciones-prestashop-v-13>

9. Prácticas con una tienda online (*Prestashop*)



ETIQUETAS

apple ipod superdrive iPod touch shuffle nano

CATEGORÍAS

Accesorios
iPods
Portátiles


MARCAS

» Apple Computer, Inc
» Shure Incorporated

Todas las marcas

INFORMACIÓN

Entrega
Aviso legal
Condiciones de uso
Sobre



VISA MasterCard PayPal

Moneda

Contacto Mapa del sitio Favoritos

Buscar

Bienvenido, [Entrar](#)

[Su cuenta](#) [Carrito: vacío](#)

Tienda de pruebas para el curso de e-commerce



LA LÍNEA IPOD: UN CONCENTRADO DE TECNOLOGÍA Y DISEÑO

NUEVO: Descubre el nuevo iPod Touch!

Nuestra línea iPod ha sido diseñada para permitirle redescubrir su música a través de una interfaz divertida, animada, dinámica, un sonido de una calidad excepcional y un diseño único. Del iPod Shuffle, walkman más portátil del mundo, hasta el Nano iPod, pasando por el iPod Touch, encuentran el iPod que más le convenga y lleva su mundo (música, fotos, vídeos, juegos) a todas partes. Entra ahora en la comunidad de Apple comprando su iPod directamente en línea.

PRODUCTOS DESTACADOS

<p>iPod Nano</p> <p>Nuevo diseño. Nuevas aplicaciones. Ahora disponible en 8 y 16 Gb. iPod nano, más rock que nunca.</p>  <p>189,05 €</p> <p>Ver</p>	<p>iPod shuffle</p> <p>iPod shuffle, el walkman más portátil del mundo, ahora en azul, verde, rosa y rojo.</p>  <p>79,00 €</p> <p>Ver</p>	<p>MacBook</p> <p>MacBook le ofrece una gran libertad de movimientos gracias a su exterior resistente en policarbonato, a su tecnología sin...</p>  <p>1 400,00 €</p> <p>Ver</p>	<p>iPod touch</p> <p>Interfaz multi-touch revolucionaria. Pantalla panorámica color de 3,5 pulgadas Wi-Fi (802.11b/g) 8 mm de capasa Safari...</p>  <p>289,00 €</p> <p>Ver</p>
---	--	--	---

CARRITO

Sin producto

Transporte 0,00 €

Total 0,00 €

[Carrito](#) [Confirmar](#)

NOVEDADES

no hay nuevos productos en este momento

¡LO MÁS VENDIDO!

No hay productos más vendidos en este momento

PROMOCIONES ESPECIALES

 **iPod Nano**
~~499,00 € (-5%)~~
189,05 €

[Todas las promociones](#)

9. Prácticas con una tienda online (*Prestashop*)

<http://www.basecia.com.es/demotienda/backend/>



A login form for the Prestashop demo store. It features a blue background with a white shopping cart icon containing three colored squares (green, yellow, red) at the top. Below the icon, there are two input fields: one for the email address and one for the password. The email field is labeled 'Dirección de correo electrónico:' and contains the text 'webmaster@basecia.es'. The password field is labeled 'Contraseña:' and contains the text 'demotienda'. To the right of the password field is a yellow button labeled 'Conexión:'. Below the email field is a link that says '¿Ha olvidado su contraseña?'.

Dirección de correo electrónico:
webmaster@basecia.es

Contraseña:
demotienda

[¿Ha olvidado su contraseña?](#) Conexión: