14 días o 12 meses: el botón decisivo

¿Sabías que sin el botón de desistimiento tus clientes pueden devolver sus pedidos durante 12 meses? La UE lo exige desde el 19 de junio.

Cuando no informar sale muy caro

Los padres de Andy firmaron hace tiempo tres contratos de exclusividad con una agencia inmobiliaria. Documentos en regla, firmas y todo. Lo que nunca llegó fue la información sobre su derecho de desistimiento.

Cuando Andy revisó esos contratos, la conclusión fue clara: el plazo de 14 días para desistir nunca había empezado a correr, porque nadie les había informado de ese derecho. La agencia había omitido una obligación legal básica y, sin esa información, los contratos

seguían siendo rescindibles.

El resultado: tres burofaxes enviados en un mismo día, respaldados por el Real Decreto Legislativo 1/2007 (LGDCU), rescindiendo los tres contratos a la vez. La agencia no tenía forma de oponerse. La ley es precisa: sin esa información, el plazo nunca había empezado a correr.

A partir del 19 de junio de 2026, ese mismo principio se aplica a cualquier tienda online. La única diferencia es el canal.

Qué cambia el 19 de junio de 2026

La **Directiva (UE) 2023/2673** introduce el artículo 11 bis en la Directiva de Derechos de los Consumidores (2011/83/UE). Afecta a toda tienda online B2C que venda a consumidores en la Unión Europea.

Es importante entender qué cambia y qué no:

- **No crea un derecho nuevo.** El derecho de desistimiento de 14 días ya existía. Lo nuevo es la obligación de que ejercerlo sea tan fácil como comprar.
- **Exige un botón de desistimiento visible y accesible** con una etiqueta inequívoca, del tipo «Desistir del contrato aquí».
- **El proceso debe ser en dos pasos:** declarar y confirmar. Sin trampas de diseño que dificulten o disuadan.
- **Acuse de recibo obligatorio:** el cliente debe recibir un email automático con fecha y hora.
- **Registro auditable:** la tienda debe poder demostrar quién desistió, cuándo y cómo.

Las directivas europeas no se aplican solas: cada país miembro debe aprobar su propia ley nacional que las incorpore, un proceso llamado **transposición**. España todavía no ha completado ese trámite, lo que tiene una consecuencia práctica: el requisito específico del botón y las sanciones del 4% necesitan ley española para tener aplicación efectiva. Sin ella, la Administración no tiene base legal clara para sancionar.

Pero el riesgo más inmediato ya es derecho español vigente, con independencia de la directiva:

- **Plazo ampliado a 12 meses:** la Ley General para la Defensa de

los Consumidores y Usuarios (LGDCU) ya recoge que si el cliente no fue informado correctamente sobre el desistimiento, el plazo de devolución no son 14 días, sino 12 meses. El mismo mecanismo que permitió rescindir los tres contratos inmobiliarios del ejemplo anterior. Esto aplica hoy, sin esperar a ninguna transposición.

- **Sanciones de hasta el 4% de la facturación anual:** previstas en la directiva para casos graves, pero el mecanismo funciona en dos escalones. Europa no sanciona directamente a las tiendas: sanciona a España como Estado si no transpone la directiva. Es España quien después sanciona a las empresas, pero solo cuando tenga una ley propia que lo permita. Sin esa ley, las autoridades de consumo españolas no tienen base legal para multar por no tener el botón. La sanción existe, pero su aplicación depende de cuándo el legislador español actúe.

El viernes llegó el aviso

Un cliente contactó con Andy un viernes por la tarde con una pregunta: ¿sabes algo de un cambio legal en las tiendas online? Un email reenviado de una consultora externa había llegado a la empresa.

El email tenía todos los síntomas de una comunicación de marketing automatizada: saludo sin completar, diseño de plantilla genérica, enlace a una «guía completa» con múltiples redirects de seguimiento y un tono deliberadamente alarmista. No era el primer aviso de ese tipo que circulaba entre empresarios.

Andy revisó la guía adjunta. Correcta en lo esencial —base legal, requisitos técnicos, plazos— aunque con alguna sobreinterpretación en los detalles. Suficiente para confirmar que la obligación era real.

No todo email alarmista miente. Distinguir cuándo actuar es parte del trabajo.

La respuesta fue directa: se implementa el lunes, hay margen suficiente antes del 19.

El plugin elegido

Antes de instalar nada, Andy revisó el código fuente completo del plugin candidato. El elegido fue **eu-withdrawal-compliance**, desarrollado por Fernando Tellado (AyudaWP), disponible de forma gratuita en el repositorio oficial de WordPress.

Los motivos de la elección:

- Versión 1.9.0, con actualización publicada ese mismo día.
- Compatible con WordPress 7.0, PHP 7.4+ y HPOS.
- Bien dimensionado: no incluye funciones ajenas al objetivo.
- Buen uso de `sanitize_*`, `esc_*` y nonces. El código es limpio.
- Más de 100 instalaciones activas y 7 valoraciones de 5 estrellas.

El único elemento extra detectado en el código fue una clase que muestra publicidad de otros plugins del mismo autor en la pantalla de ajustes del administrador. Solo visible en el backend, sin ningún impacto en el frontend ni en el rendimiento.

Configuración paso a paso

Una vez instalado y activado, la configuración se concentra en un único panel de ajustes. Estos son los puntos clave aplicados en el cliente:

- **Email de notificaciones:** la dirección del administrador de la tienda, configurada con reenvío automático a todos los destinatarios relevantes.
- **Página de desistimiento:** el plugin la crea automáticamente. Solo hay que seleccionarla y adaptar su contenido a la tienda concreta.
- **Estados de pedido elegibles:** solo «Procesando» y «Completado». El botón aparece desde «Procesando» para que el cliente pueda desistir antes del envío — lo cual es su derecho —, pero el contador de 14 días no empieza hasta que el pedido pasa a «Completado». Los pedidos en «En espera» no muestran el botón, lo que es correcto: el contrato todavía no se ha perfeccionado.
- **Plazo de desistimiento:** calculado desde la fecha de completado (cuando el pedido se marca como enviado), con 3

días de cortesía añadidos para cubrir los plazos de tránsito máximos. Total efectivo: 17 días desde el envío.
- **Formulario modelo Anexo I.B:** activado. Generado automáticamente por el plugin y exigido legalmente.
- **Enlace en el footer:** añadido manualmente en Apariencia > Menús, en la columna legal, sobre el enlace de envíos y devoluciones.

La página de desistimiento incluye el shortcode `[ayudawp_withdrawal_form]`, que renderiza el formulario interactivo tanto para clientes registrados como para compradores invitados.

Las exclusiones del artículo 16

No todos los productos tienen derecho de desistimiento. El artículo 16 de la Directiva 2011/83/UE recoge las excepciones, y configurarlas correctamente es tan importante como el propio **botón de desistimiento**: ni denegar devoluciones que procedan, ni aceptar las que la ley excluye expresamente.

El plugin gestiona las exclusiones a nivel de categoría de WooCommerce. En el cliente se configuraron dos:

- **Munición:** excluida por ser un consumible no devolvible.
- **Sprays de defensa:** excluidos porque, una vez desprecintados, no pueden devolverse por motivos de higiene y seguridad.

Algunas categorías que podrían parecer candidatas pero que no se excluyeron:

- **Munición inerte:** material de coleccionismo e instrucción, no munición real. Tiene desistimiento normal.
- **Accesorios de entrenamiento:** sin riesgo higiénico ni de seguridad. Se mantiene el desistimiento.

Configurar mal las exclusiones tiene el mismo riesgo que no configurarlas: se pueden denegar devoluciones que la ley obliga a aceptar, o aceptar las que expresamente excluye.

El testing que no puede faltar

Ninguna implementación está completa sin un test de extremo a extremo. Se realizaron dos pruebas con pedidos reales en la tienda.

Con cliente registrado:

- Botón «Desistir del contrato» visible en Mi cuenta > Pedidos, solo en estado «Procesando».
- Formulario pre-rellenado con los datos del pedido al pulsar el botón.
- Segundo paso con resumen completo y opción de editar antes de confirmar.
- Email de acuse de recibo al cliente con hash SHA-256 verificable.
- Notificación al administrador con enlace directo al registro.
- Registro auditable en WordPress > Desistimientos con todos los datos legales.
- Flujos de aceptación y rechazo funcionando, con email automático al cliente en cada caso.

Con cliente invitado:

- Formulario público accesible en la página de desistimiento, sin necesidad de cuenta.
- Email de confirmación de pedido con enlace al formulario de desistimiento.
- Flujo completo funcional sin necesidad de cuenta de usuario.

La ley no tiene memoria selectiva

La agencia inmobiliaria del principio de este post probablemente ni recordaba haber omitido la información sobre el desistimiento. Quizá ni sabía que tenía esa obligación. Pero la ley no distingue entre ignorancia y negligencia: quien no informa, pierde el plazo. Tres contratos rescindidos por tres burofaxes. Así de sencillo.

A partir del 19 de junio de 2026, ese mismo principio rige también en el comercio online. El riesgo más real e inmediato no es una multa: es que una tienda sin el botón correcto no tiene 14 días de plazo de devolución, sino 12 meses. Y no hace falta esperar a Bruselas para que eso sea exigible.

*El **botón de desistimiento** no es un capricho de Bruselas. Es la diferencia entre 14 días y 12 meses. Y eso ya es ley española.*

La implementación en el cliente se realizó con la configuración adaptada a la casuística de la tienda y testing completo antes de publicar. El resultado: una tienda que cumple la directiva, con registro auditable y flujo de gestión integrado en WooCommerce.

Si te ha gustado este PDF, compártelo. Si no te ha gustado, díselo a Andy.