E-Commerce
Moda España

Cancelar, tan fácil como comprar

Únete al canal de WhatsApp

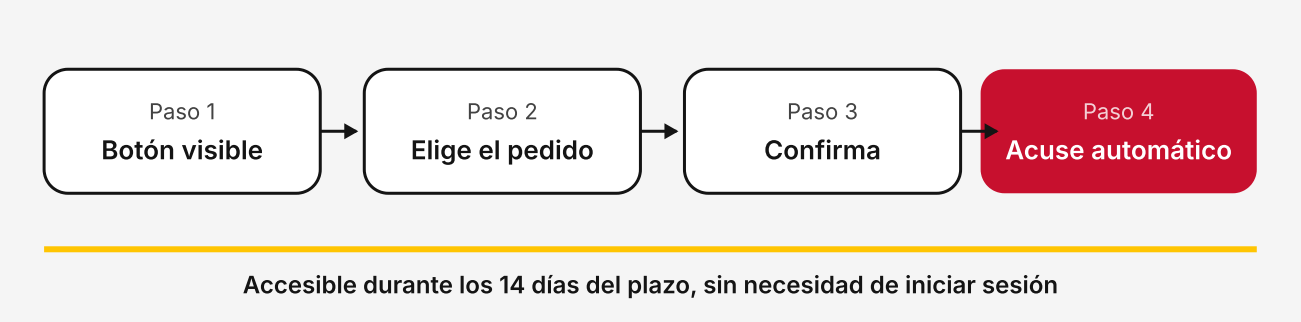
Cancelar, tan fácil como comprar

Desde el 19 de junio de 2026, la Directiva europea 2023/2673 obliga a las tiendas online que venden a consumidores de la Unión Europea a ofrecer una función de desistimiento: un botón visible, permanente y accesible durante todo el plazo de 14 días, que permita cancelar una compra de forma tan sencilla como se hizo. España debía haberla incorporado a su legislación antes del 19 de diciembre de 2025 y no lo hizo. En junio, la OCU denunció el retraso y reclamó una transposición urgente, y a mediados de noviembre sigue pendiente. Las plataformas tampoco lo resolvieron por sí solas: ni WooCommerce, ni Shopify, ni PrestaShop entregaban el botón listo cuando la norma empezó a aplicarse.

Que la ley española vaya tarde no significa que el riesgo sea cero. Como recuerda Marketing4eCommerce, un juez puede aplicar el criterio de la directiva aunque no esté transpuesta, y cuando se publique la norma española las obligaciones se aplicarán desde el 19 de junio, no desde su publicación. Además, el momento importa: el Black Friday concentra entre el 10 % y el 15 % de las devoluciones online de todo el año, y la moda está entre las categorías que más se devuelven. Una tienda que hoy gestiona los desistimientos por correo electrónico llega al pico de noviembre con el proceso más manual justo cuando más volumen va a tener.

Hay una lectura menos evidente. Facilitar la cancelación parece ir contra la venta, pero el comportamiento del cliente apunta en otra dirección: quien no encuentra cómo devolver escribe al servicio de atención, abre una reclamación con su banco o deja una mala reseña, y todo eso sale más caro que una devolución ordenada. Bien planteado, el botón ordena el proceso: el cliente identifica el pedido, confirma su decisión y recibe un acuse automático, y la tienda tiene cada solicitud registrada con fecha y hora. En Shopify puede resolverse con la función nativa de devoluciones de autoservicio, sin programar; en WooCommerce y PrestaShop, con complementos específicos que conviene probar antes del pico de pedidos.

El impacto para el sector va más allá del cumplimiento. La norma convierte la devolución en una parte visible de la experiencia de compra, y las tiendas de moda, con tasas de devolución altas, tienen ahí una oportunidad: explicar plazos y costes con claridad, ofrecer también el cambio de talla sin entorpecer el reembolso y medir por qué vuelve cada prenda. Revisarlo ahora, antes del 27 de noviembre, es mucho más barato que hacerlo con la avalancha de pedidos ya dentro.



Cómo funciona la función de desistimiento online. Fuente: Directiva (UE) 2023/2673.

Fuentes: OCU, Marketing4eCommerce, TICweb y Digismoothie