



Es oficial | Inditex cambia su sistema de etiquetado y añade un segundo código QR por este motivo



Esta actualización se está implementando en todas las marcas y en todo el mundo al mismo tiempo, desde el pasado 1 de junio Inditex ha puesto en marcha un nuevo sistema de etiquetado accesible que incorpora un segundo código QR en todas sus prendas, diseñado específicamente para facilitar la compra autónoma a personas con discapacidad visual. Esta iniciativa, que arrancó el pasado 1 de junio, se desplegará progresivamente en las ocho marcas del grupo textil gallego hasta la temporada primavera-verano de 2027. El consejero delegado de Inditex, Óscar García Maceiras, ha anunciado que la implantación del etiquetado accesible afecta a todas las marcas y mercados de forma simultánea.

El sistema utiliza la tecnología de la empresa española NaviLens, especializada en soluciones de accesibilidad, que añade un código QR adicional al etiquetado tradicional de las prendas. Cuando una persona con discapacidad visual activa el modo escáner en su teléfono móvil —tanto con aplicaciones de accesibilidad como con las propias apps de las marcas de Inditex—, el dispositivo reproduce un audio detallado con información sobre las características de la prenda, su talla y su precio. De este modo, los clientes pueden disfrutar de una experiencia de compra más independiente en cualquier tienda de Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Lefties.

La implementación del nuevo etiquetado seguirá un calendario escalonado que culminará en la próxima temporada de primavera-verano de 2027. En ese momento, todos los productos de las ocho marcas de Inditex contarán con este sistema de accesibilidad, independientemente del mercado en el que se comercialicen. El sistema estará disponible en el idioma correspondiente a cada territorio, garantizando así una experiencia uniforme para los usuarios en todo el mundo. La compañía textil ha confirmado que el despliegue aumentará de forma paulatina durante los próximos meses, permitiendo una transición ordenada que no afectará a las operaciones comerciales habituales.

Cuidado de las prendas



A finales de 2026, Inditex pondrá en marcha una segunda fase de este proyecto que extenderá la tecnología NaviLens a las etiquetas internas de composición y cuidado de las prendas. Esta ampliación permitirá que las personas con discapacidad visual puedan consultar en sus hogares tanto las características técnicas de cada artículo como las instrucciones específicas de lavado y mantenimiento. Esta funcionalidad adicional responde a una necesidad práctica que va más allá del momento de la compra, facilitando el uso cotidiano de las prendas adquiridas.

Los usuarios podrán verificar la composición de los tejidos, las temperaturas recomendadas de lavado y otras indicaciones de cuidado sin necesidad de asistencia externa, incrementando así su autonomía en la gestión diaria de su vestuario. A diferencia de los códigos QR convencionales, los códigos NaviLens no requieren enfoque preciso ni proximidad, lo que los hace especialmente útiles para personas con discapacidad visual. El sistema puede detectar estos códigos a varios metros de distancia y desde múltiples ángulos.

Esta tecnología ya se utiliza en sistemas de transporte público de varias ciudades españolas y europeas, facilitando la orientación de personas con discapacidad visual en estaciones de metro y paradas de autobús. La aplicación al sector de la moda por parte de Inditex representa la primera vez que una firma textil implanta este sistema a escala global, marcando un precedente en el ámbito de la accesibilidad comercial. El delegado territorial de la ONCE en Galicia, Manuel Martínez, ha destacado el carácter innovador de la iniciativa y ha señalado que «esta herramienta nos facilita el acceso cómodo, sencillo, muy directo y de una forma muy bien solventada en cuestión de accesibilidad».

El representante de la ONCE ha subrayado que actividades cotidianas como comprar o seleccionar ropa en casa se simplifican notablemente gracias a este avance tecnológico. «Con este sistema serán más sencillos y con ellos se avanzará hacia la autonomía», argumentó Martínez, poniendo en valor la importancia de estas soluciones para la vida diaria de las personas con discapacidad visual. Inditex es uno de los mayores grupos de distribución de moda del mundo, con presencia en 202 mercados a través de tiendas físicas y plataformas online. El grupo, con sede en Arteixo (A Coruña), opera ocho marcas comerciales que abarcan diferentes segmentos del mercado textil: Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Lefties.

La compañía ha venido desarrollando en los últimos años diversas iniciativas relacionadas con la sostenibilidad y la inclusión social. Este nuevo sistema de etiquetado accesible se enmarca dentro de su estrategia de responsabilidad social corporativa, que busca hacer más accesibles sus productos y servicios a todos los colectivos, eliminando barreras que tradicionalmente han dificultado la experiencia de compra de personas con diversidad funcional.

¿Qué beneficios aporta este sistema a los clientes?

La principal ventaja del nuevo etiquetado reside en el incremento de la autonomía personal durante la experiencia de compra. Las personas con discapacidad visual pueden explorar las tiendas a su propio ritmo, seleccionar prendas según sus preferencias y tomar decisiones de compra de manera independiente, sin depender constantemente de acompañantes o del personal del establecimiento. Además, el sistema elimina la frustración que puede suponer no poder acceder a información básica sobre los productos. Los usuarios pueden conocer detalles como el precio exacto, la talla disponible o las características del tejido antes de probarse una prenda o dirigirse a caja.

PUBLICACIÓN: UltimaHora.es

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €20745.13

AUDIENCIA: 4769284

AMD: 384169.00

TMU: 0.20 min

AUTOR: Redacción Digital

URL: www.ultimahora.es



[> Versión en línea](#)

> 15 de julio de 2026 a las 3:55

Esta información, disponible en el idioma local de cada mercado, garantiza una experiencia homogénea independientemente del país en el que se realice la compra. Aunque el despliegue comenzó oficialmente el 1 de junio de 2026, la implementación completa se extenderá hasta la primavera-verano de 2027 . Este período de casi dos años permitirá que Inditex adapte progresivamente todos sus sistemas de etiquetado, tanto en la producción de nuevas prendas como en la gestión de stocks existentes en sus centros logísticos y tiendas.