

Qué contiene la newsletter de

Zara

Remitente noreply@zara.com

Plataforma de envío [Mailjet](#)

Sector Moda y retail

Envíos leídos 46 campañas, 1 transaccional

Periodo Agosto de 2026

 Notaglobal

A

B

C

D

62/100

E

F

La constatación principal

Está presente un píxel de seguimiento de apertura en 1 mensaje transaccional.

Es el primero de 9 puntos a corregir. La nota más alta es entregabilidad (100/100), la más baja experiencia (20/100), mejor que el 0 % de las 580 marcas medidas.

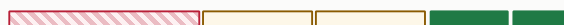
Transaccional

1 mensaje

Agos to de 2026 · calculado el 31 octubre

Conformidad

42_{/100}



mejor que el 66 % de las 580 marcas medidas

Entregabilidad

100_{/100}



mejor que el 45 % de las 579 marcas medidas

Técnico

88_{/100}



mejor que el 54 % de las 580 marcas medidas

Experiencia

20_{/100}



mejor que el 0 % de las 580 marcas medidas

9 puntos por corregir

Cada línea lleva al criterio en su familia, con el extracto que lo establece y la forma de corregirlo.

Prioritario	Está presente un píxel de seguimiento de apertura Criterio «Ningún píxel de seguimiento de apertura» · Conformidad · en 1 mensaje transaccional · de 35 en Conformidad Mailjet: el seguimiento de aperturas se configura por campaña, en los ajustes de seguimiento de la campaña, y de forma global en las preferencias de la cuenta.	-35 pts
Prioritario	El mensaje se lee mal sin sus imágenes o no se anuncia en la bandeja de entrada Criterio «El mensaje se entiende sin sus imágenes, desde la bandeja de entrada» · Experiencia · de 25 en Experiencia medido en 1 mensaje transaccional Un preencabezado de 40 a 130 caracteres, en texto real, sigue al asunto en la bandeja de entrada; cada imagen con significado tiene un atributo alt que dice lo que muestra; el mensaje principal está en texto, no dentro de una imagen.	-25 pts
Por revisar	El mensaje pone obstáculos a las ayudas técnicas Criterio «El mensaje sigue siendo legible con una ayuda técnica» · Experiencia · medido en 1 mensaje transaccional Cuatro correcciones, todas en la plantilla: declarar el idioma del mensaje en la etiqueta <html> (lang="es" para un envío en español), describir cada imagen de contenido en su atributo alt, marcar las tablas de maquetación con role="presentation" y escribir enlaces que digan adónde llevan en lugar de «haga clic aquí».	-15 pts de 20 en Experiencia
Por revisar	Algunos enlaces se vuelven invisibles si se bloquean las imágenes Criterio «Todos los enlaces siguen visibles con las imágenes bloqueadas» · Experiencia · en 1 mensaje transaccional	-15 pts de 15 en Experiencia
Por revisar	Ninguna versión de solo texto acompaña al mensaje Criterio «El mensaje sigue siendo reproducible fuera del HTML» · Experiencia · medido en 1 mensaje transaccional	-15 pts de 15 en Experiencia
Por revisar	El mensaje no dice quién escribe ni con arreglo a qué reglas Criterio «El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas» · Conformidad · medido en 1 mensaje transaccional	-13,3 pts de 20 en Conformidad
Por revisar	Algunos enlaces no llevan a ninguna parte Criterio «Cada enlace lleva a algún sitio» · Técnico · en 1 mensaje transaccional	-10 pts de 10 en Técnico
Por revisar	Ningún camino distinto para rechazar el seguimiento Criterio «El destinatario conserva el control del seguimiento» · Conformidad · medido en 1 mensaje transaccional	-10 pts de 20 en Conformidad
Por revisar	Algunas zonas pulsables son demasiado pequeñas para el dedo Criterio «Zonas pulsables suficientemente grandes» · Experiencia · en 1 mensaje transaccional	-10 pts de 10 en Experiencia

13 criterios cumplidos, entre ellos « Un camino sin rastrear lleva al sitio » y « Firma DKIM validada ». Se enumeran en su familia, más abajo

Cada envío, a su hora de llegada

Un punto por mensaje recibido en nuestra suscripción desde agosto. Toque un punto para abrirlo; las flechas pasan de un envío a otro.

Lectura técnica del envío del 2 de agosto de 2026 →

46

campañas en 13 semanas
unos 3,5 por semana, de agosto a octubre

7 días de 7

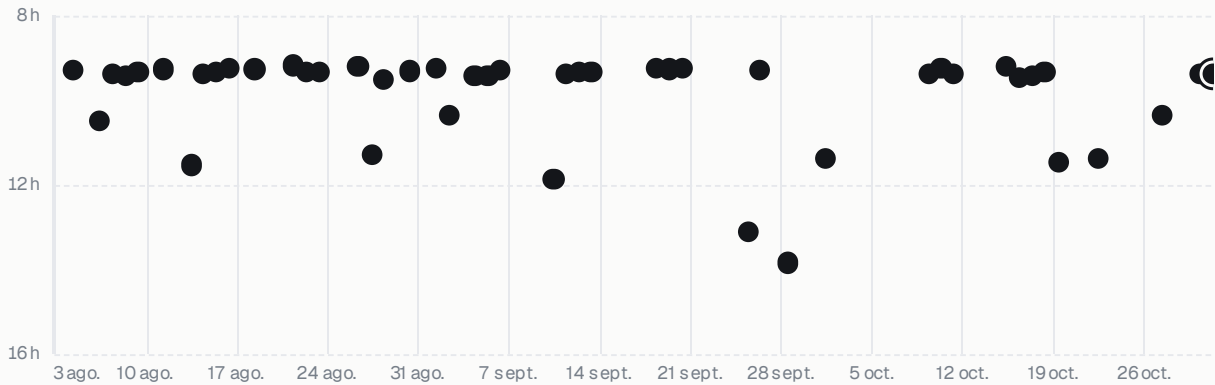
todos los días de la semana
de 2 a 11 campañas según el día

9 h

hora de envío preferida
el 76 % de las campañas llega entre las 9 h y las 10 h

31 oct.

último envío recibido
« Découvrez la nouvelle collection »



Pixel

Nota

● campaña ○ transaccional ● cambio observado ■ píxel presente

Campaña 46 de 46

sábado 31 oct., 9:22

Découvrez la nouvelle collection

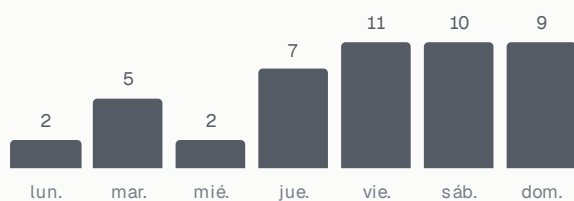
Tipo Campaña de marketing

Nota análisis en curso

Pixel —

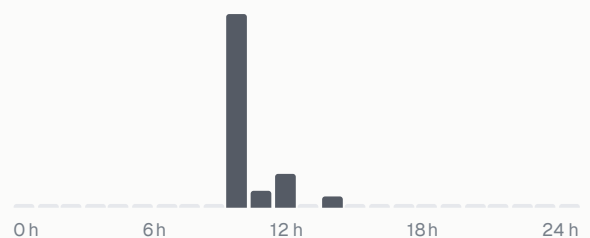
El día de envío

Toque una barra para encontrar sus envíos en la línea de tiempo.



La hora de llegada

Hora a hora, sobre las 46 campañas.



Ningún cambio observado desde agosto

Cada campaña se compara con la anterior, criterio por criterio.

Detalle de los criterios

Los 24 criterios + 1 bonus

13 cumplidos

3 cumplidos en parte

6 no cumplidos

0 no observables

2 no aplicables



Conformidad

Estas verificaciones tratan de lo que el envío impone al destinatario y de lo que le deja: medición de su comportamiento, medios para darse de baja, rastreo de su oposición.

Píxeles de seguimiento: la norma de la CNIL Método familia Conformidad
mejor que el 66 % de las 580 marcas medidas

El cálculo · 42 pts sobre 100

2 cumplidos · 2 cumplidos en parte · 1 no cumplido · 1 no aplicable



Peso de cada criterio en la nota.

Ningún píxel de seguimiento de apertura

No cumplido

0/35 pts

Píxel de seguimiento de apertura detectado en el único mensaje transaccional afectado

0 puntos de 35 — cumplido en 0 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cómo corregir

Mailjet: el seguimiento de aperturas se configura por campaña, en los **ajustes de seguimiento** de la campaña, y de forma global en las preferencias de la cuenta.

Mailjet inserta el píxel en un subdominio de mjt.lu: es el que aparece en la vista previa en lugar de la imagen.

Específico de mailjet — aún no reabierto en la herramienta

Cumplido cuando no hay ningún píxel de seguimiento presente. Un solo píxel basta para que el criterio falle en un envío.

CNIL 14/04/2026 · LIL art.82 · PM-PRIV-001 · [La regla de detección](#)

Darse de baja es posible y está anunciado

No aplicable

no aplicable

Esta medida no se aplicaba a ninguno de los envíos recibidos. **Queda fuera del denominador:** nunca se cuenta como un fallo.

Cumplido cuando el mensaje anuncia la baja en sus encabezados, mediante una página y no un correo que redactar, y en su cuerpo. El detalle indica cuál de las dos falta. No aplicable a un correo transaccional.

RFC 2369 · PM-PRIV-002

El destinatario conserva el control del seguimiento

Cumplido en parte

10/20 pts

Ningún camino distinto para rechazar el seguimiento en el único mensaje transaccional afectado (1 de 2 medidas cumplidas)

10 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cómo corregir

Un camino distinto del enlace de baja lleva a un centro de preferencias donde el destinatario puede rechazar el seguimiento (aperturas, clics) sin darse de baja. La mayoría de las plataformas ofrecen esta página; si no,

se añade en el pie de la plantilla, con su propio enlace, nombrado por lo que hace («gestionar mis preferencias», «rechazar el seguimiento»).

Esta página cuesta una tarde de integración y sirve después para todos los envíos. Es lo que la recomendación de la CNIL espera de un envío que mide el comportamiento de sus lectores.

Dos medidas: ¿pasa el enlace de baja por un rastreador, y lleva un camino distinto a un centro de preferencias o al rechazo del seguimiento? Ninguna de las dos establece que un rechazo llegue a buen término — comprobarlo exigiría seguir el enlace, lo que registraría un clic en la plataforma de envío. Describen el control que se deja al destinatario, no el resultado que obtendría.

Lo que se ha medido — 1 cumplida de 2

- ☒ Enlace de baja sin rastrear en un único mensaje transaccional Cumplido
- ☐ Ningún camino distinto para rechazar el seguimiento en el único mensaje transaccional afectado No cumplido

CNIL 14/04/2026 · Postmetry · PM-PRIV-003

El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas

☐ Cumplido en parte

6,7/20 pts

El mensaje no dice con arreglo a qué reglas se tratan los datos — 1 de 3 medidas cumplidas

6,7 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cómo corregir

El pie del mensaje nombra al remitente (razón social, dirección postal) y enlaza su política de privacidad con un enlace directo al sitio, no a un dominio de seguimiento. Estas menciones se ponen una vez en la plantilla base y aparecen en todos los envíos.

Nada que perder: estas líneas ya existen en el sitio, basta con retomarlas.

Un envío comercial debe permitir identificar al anunciante (CPCE, artículo L. 34-5), y al destinatario saber quién trata sus datos. Este indicador agrupa lo que un mensaje puede mostrar de ello.

Lo que se ha medido — 1 cumplida de 3

- ☒ El mensaje nombra a su remitente en un único mensaje transaccional Cumplido
- ☐ Ninguna dirección permite responder al mensaje en el único mensaje transaccional afectado No cumplido
- ☐ Ningún enlace lleva a la política de privacidad en el único mensaje transaccional afectado No cumplido

CPCE L.34-5 · directive 2000/31 art.6 · CAN-SPAM · PM-PRIV-004

Un camino sin rastrear lleva al sitio

☒ Cumplido

15 pts

Un camino sin rastrear lleva al sitio en un único mensaje transaccional

15 puntos de 15 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cumplido cuando al menos un enlace del mensaje lleva al sitio de la marca sin pasar por un contador de clics.

Postmetry · PM-PRIV-005

Ningún identificador del destinatario en el mensaje

☒ Cumplido

10 pts

Ningún identificador del destinatario en el mensaje en un único mensaje transaccional

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cumplido cuando la dirección del destinatario no aparece — ni en claro, ni codificada, ni con hash — en ninguna URL ni en ningún encabezado propietario. Los encabezados de direccionamiento no cuentan: la llevan por construcción.

Postmetry · RGPD art.4 en repère · PM-PRIV-020

Entregabilidad



Estas verificaciones leen el veredicto de autenticación emitido por nuestro servidor en el momento en que llegó el mensaje. Este veredicto está fechado por construcción: nunca lo recalculamos, ya que eso consultaría el DNS de hoy y no el del día del envío.

Requisitos de Gmail para remitentes ↗ (<https://support.google.com/a/answer/81126>)

Requisitos de Yahoo ↗ (<https://senders.yahooinc.com/best-practices/>) Método, familia Entregabilidad
mejor que el 45 % de las 579 marcas medidas

El cálculo · 70 pts de 70, llevados a 100

5 cumplidos · 1 no aplicable



Firma DKIM validada Cumplido

20 pts

Firma DKIM válida en un único mensaje transaccional

20 puntos de 20 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cumplido cuando nuestro servidor de recepción ha validado la firma DKIM del envío.

RFC 6376 · RFC 8601 · PM-DELIV-001 · RFC 6376 — DomainKeys Identified Mail (DKIM) Signatures (<https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc6376>)
RFC 8601 — Message Header Field for Indicating Message Authentication Status (<https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601>)

Alineación DMARC validada Cumplido

20 pts

Alineación DMARC verificada en un único mensaje transaccional

20 puntos de 20 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cumplido cuando el dominio que aparece en el remitente se corresponde con el que autenticó el mensaje.

RFC 9989 · PM-DELIV-002
RFC 9989 — Domain-Based Message Authentication, Reporting, and Conformance (DMARC) (<https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989>)

Política DMARC que contribuye a descartar ciertas suplantaciones Cumplido

15 pts

Política DMARC activa en un único mensaje transaccional

15 puntos de 15 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cumplido cuando la política publicada es «reject» o «quarantine». Una política «none» no espera nada de los clientes de correo: está publicada sin efecto sobre los mensajes que suplantán el dominio.

RFC 9989 §4.7 · PM-DELIV-003 · RFC 9989 — sección 4.7, etiqueta «p» (<https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7>)

Ningún fallo SPF Cumplido

10 pts

Ningún fallo SPF en un único mensaje transaccional

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cumplido cuando SPF no falla. Un SPF «none» acompañado de un DKIM y un DMARC válidos es una configuración habitual y legítima: no se penaliza.

RFC 7208 · PM-DELIV-004
RFC 7208 — Sender Policy Framework (SPF) for Authorizing Use of Domains in Email (<https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc7208>)

Baja en un clic, en el sentido de la RFC 8058

☐ No aplicable

no aplicable

Esta medida no se aplicaba a ninguno de los envíos recibidos. **Queda fuera del denominador:** nunca se cuenta como un fallo.

Cumplido cuando el encabezado «List-Unsubscribe» lleva una dirección https y «List-Unsubscribe-Post» vale exactamente «List-Unsubscribe=One-Click». Es lo que Gmail y Yahoo exigen a los remitentes masivos: el botón del buzón actúa entonces sin abrir ninguna página. No aplicable a un correo transaccional.

RFC 8058 · Gmail et Yahoo · PM-DELIV-005

Una firma DKIM que cubre lo esencial

☒ Cumplido

5 pts

La firma DKIM cubre lo esencial del mensaje en un único mensaje transaccional.

5 puntos de 5 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Lo que cubre la firma, no sólo que sea válida: un algoritmo admitido por la RFC 8301, el cuerpo firmado por completo, los encabezados From, Subject, Date y List-Unsubscribe firmados, una firma no caducada en la recepción. No aplicable sin firma DKIM.

Lo que se ha medido — 4 cumplidas de 4

- ☒ Algoritmo de firma admitido en un único mensaje transaccional ☒ Cumplido
- ☒ Cuerpo firmado por completo en un único mensaje transaccional ☒ Cumplido
- ☒ Encabezados esenciales firmados en un único mensaje transaccional ☒ Cumplido
- ☒ Firma válida en la recepción en un único mensaje transaccional ☒ Cumplido

RFC 6376 · RFC 8301 · PM-DELIV-006

Técnico



Estas verificaciones tratan de lo que los clientes de correo hacen realmente con el mensaje: truncamiento, bloques de estilo eliminados, recursos nunca cargados. Cada umbral indica de dónde viene: el comportamiento documentado de un cliente de correo, una especificación o nuestro propio método.

Compatibilidad por cliente (caniemail) ↗ (<https://www.canimail.com/>) Método, familia Técnica
mejor que el 54 % de las 580 marcas medidas

El cálculo · 75 pts de 85, llevados a 100

5 cumplidos · 1 no cumplido



Peso de cada criterio en la nota.

HTML por debajo del umbral de truncamiento de Gmail

☒ Cumplido

25 pts

HTML por debajo del umbral de truncamiento de Gmail en un único mensaje transaccional

25 puntos de 25 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cumplido cuando la parte HTML se mantiene por debajo de 102 KB. Más allá, Gmail corta el final del mensaje — y el final es la baja y las menciones.

Gmail · PM-TECH-001

Plantilla poco anidada

Cumplido

20 pts

Plantilla poco anidada en un único mensaje transaccional

20 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cumplido cuando las tablas de maquetación no se anidan en más de 6 niveles. Más allá, el motor de Word que comparten los Outlook de escritorio y los clientes divergentes muestran la plantilla cada uno a su manera.

Lo que se ha medido — 1 cumplida de 1

■ Tablas de maquetación poco anidadas en un único mensaje transaccional Cumplido

Postmetry · PM-TECH-002

HTML bien formado

Cumplido

15 pts

HTML bien formado en un único mensaje transaccional

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Un doctype, un juego de caracteres declarado en el documento, etiquetas equilibradas e identificadores únicos. Cada cliente repara a su manera un marcado incompleto, y eso es lo que hace imprevisible la visualización. Los cierres que el HTML hace opcionales no cuentan.

Lo que se ha medido — 4 cumplidas de 4

■ Doctype declarado en un único mensaje transaccional Cumplido

■ Juego de caracteres declarado en el HTML en un único mensaje transaccional Cumplido

■ Etiquetas equilibradas en un único mensaje transaccional Cumplido

■ Identificadores únicos en un único mensaje transaccional Cumplido

WHATWG · PM-TECH-030

Cada enlace lleva a algún sitio

No cumplido

0/10 pts

Algunos enlaces no llevan a ninguna parte en el único mensaje transaccional afectado

0 puntos de 10 — cumplido en 0 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cómo corregir

Cada enlace tiene un destino absoluto en `https`; nada de `href="#"`, `href=""`, enlaces relativos ni `mailto`: sin dirección. Los enlaces vacíos suelen venir de un bloque copiado de una plantilla anterior o de un botón cuya URL no se rellenó en el editor.

Un enlace vacío hace perder el clic y delata un mensaje montado con prisas; la corrección consiste en revisar la lista de enlaces antes del envío, que la mayoría de los editores ofrecen.

Cumplido cuando ningún enlace está vacío, reducido a «#» o escrito como «javascript:». Un enlace así no lleva a ninguna parte, y la mayoría de los clientes lo neutralizan. No aplicable si el mensaje no contiene ningún enlace.

Postmetry · PM-TECH-031

Ninguna hoja de estilo remota

Cumplido

10 pts

Ninguna hoja de estilo remota en un único mensaje transaccional

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cumplido cuando el mensaje no llama a ninguna hoja de estilo externa, ni por «link» ni por «@import». Varios clientes no las cargan nunca. Una hoja de fuentes no cuenta: sin ella, el texto usa la fuente de reserva.

caniemail · PM-TECH-020 · <link> en un correo electrónico — compatibilidad por cliente (<https://www.canimail.com/features/html-link/>)

El mensaje respeta la forma de un correo

Cumplido

5pts

El mensaje respeta la forma de un correo en un único mensaje transaccional

5 puntos de 5 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Líneas de 998 bytes como máximo, Message-ID y Date legibles, juego de caracteres anunciado en cada parte de texto, codificación de transferencia coherente con el contenido (RFC 5322, RFC 2045). La mayoría de los servidores toleran estas desviaciones, cada uno a su manera.

Lo que se ha medido — 5 cumplidas de 5

- Líneas de 998 bytes como máximo en un único mensaje transaccional Cumplido
- Message-ID bien formado en un único mensaje transaccional Cumplido
- Fecha legible en un único mensaje transaccional Cumplido
- Juego de caracteres anunciado en cada parte de texto en un único mensaje transaccional Cumplido
- Codificación de transferencia coherente en un único mensaje transaccional Cumplido

RFC 5322 · RFC 2045 · PM-TECH-010

Experiencia



Cuatro preguntas sobre lo que ocurre con el mensaje una vez recibido: ¿sigue siendo comprensible, puede el destinatario seguir actuando, puede un cliente restituirlo, una pantalla mostrarlo? La detección automática solo cubre lo que se declara en el mensaje.

WCAG 2.2 ↗ (<https://www.w3.org/TR/WCAG22/>) Método familia Experiencia
mejor que el 0 % de las 580 marcas medidas

El cálculo · 20 pts sobre 100

1 cumplido · 1 cumplido en parte · 4 no cumplidos · 1 bonus



Peso de cada criterio en la nota.

El mensaje se entiende sin sus imágenes, desde la bandeja de entrada

☒ No cumplido

0/25 pts

El mensaje se lee mal sin sus imágenes o no se anuncia en la bandeja de entrada — ninguna de las 2 medidas se cumple

0 puntos de 25 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cómo corregir

Un preencabezado de 40 a 130 caracteres, en texto real, sigue al asunto en la bandeja de entrada; cada imagen con significado tiene un atributo alt que dice lo que muestra; el mensaje principal está en texto, no dentro de una imagen. En el editor, el preencabezado es un campo propio y el alt se rellena imagen por imagen.

La mitad de los lectores ven el mensaje sin imágenes al abrirlo por primera vez. Un alt y un preencabezado cuestan un minuto por campaña.

Cumplido cuando el mensaje conserva al menos 200 caracteres legibles con las imágenes bloqueadas, y un preencabezado de 40 a 130 caracteres lo anuncia en la lista de mensajes. Sin preencabezado, el buzón muestra en su lugar el primer texto del cuerpo — a menudo «Ver en el navegador».

Lo que se ha medido — 0 cumplidas de 2

- ☒ Menos de 200 caracteres siguen siendo legibles con las imágenes bloqueadas en el único mensaje transaccional afectado No cumplido
- ☒ Preencabezado ausente, demasiado corto o demasiado largo en el único mensaje transaccional afectado No cumplido

Postmetry · PM-EXP-001

El mensaje sigue siendo reproducible fuera del HTML

☒ No cumplido

0/15 pts

Ninguna versión de solo texto acompaña al mensaje en el único mensaje transaccional afectado (0 de 1 medidas cumplidas)

0 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cómo corregir

La versión de texto (text/plain) acompaña al HTML y recoge el contenido y los enlaces, no solo una frase del tipo «abra este mensaje en su navegador». Las plataformas la generan a partir del HTML si la opción está activa («generar la versión de texto», «auto-generate plain text»).

Es la versión que leen los relojes, los lectores de pantalla y algunos clientes profesionales; también la usan los filtros antispam, que comparan las dos versiones.

Cumplido cuando una versión de texto acompaña al envío y recoge lo esencial: al menos el 60 % de su texto y el 80 % de sus enlaces. Un cliente que no muestra el HTML recurre a ella; reducida a «vea la versión web», no reproduce nada.

Lo que se ha medido — 0 cumplidas de 1

- ☒ Ninguna versión de solo texto acompaña al mensaje en el único mensaje transaccional afectado No cumplido
- ☐ La versión de texto recoge el texto del mensaje No aplicable
- ☐ La versión de texto recoge los enlaces del mensaje No aplicable

Postmetry · PM-EXP-002

Todos los enlaces siguen visibles con las imágenes bloqueadas

☒ No cumplido

0/15 pts

Algunos enlaces se vuelven invisibles con las imágenes bloqueadas en el único mensaje transaccional afectado

0 puntos de 15 — cumplido en 0 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cómo corregir

Cada acción importante (botón principal, baja) existe en texto o como botón HTML, no solo como imagen con enlace. Para un botón de imagen, un alt que diga la acción y un color de fondo en la celda hacen visible la zona incluso sin la imagen.

Con las imágenes bloqueadas, un botón de imagen se convierte en un rectángulo vacío: el lector no sabe dónde hacer clic.

Cumplido cuando ningún enlace depende de una sola imagen sin texto alternativo: un enlace así no deja nada en pantalla. No aplicable si el mensaje no contiene ningún enlace.

Postmetry · PM-EXP-003

Zonas pulsables suficientemente grandes

☐ No cumplido

0/10 pts

Zonas pulsables por debajo del tamaño fijado en el único mensaje transaccional afectado

0 puntos de 10 — cumplido en 0 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cómo corregir

Los enlaces y botones miden al menos 24 px de alto, con espacio entre dos enlaces vecinos; un botón en HTML (celda de tabla con fondo y relleno) alcanza ese tamaño sin imagen. Los enlaces pequeños del pie se separan con un salto de línea en lugar de con un |.

En el móvil, una zona más pequeña que el dedo hace fallar o pulsar al lado; 24 px es el mínimo de las WCAG 2.2 nivel AA.

Cumplido cuando ninguna zona pulsable dimensionada queda por debajo de 24 px de lado (WCAG 2.2, criterio 2.5.8). Solo se miden las zonas con una dimensión declarada; las excepciones del criterio — objetivo dentro de una línea de texto, espaciado suficiente — no se miden. No aplicable si el mensaje no declara ninguna dimensión.

WCAG 2.2 — 2.5.8 · PM-EXP-004

WCAG 2.2 — Target Size (Minimum), criterio 2.5.8, nivel AA (<https://www.w3.org/TR/WCAG22/#target-size-minimum>)

El mensaje sigue siendo legible con una ayuda técnica

☒ Cumplido en parte

5/20 pts

El mensaje pone obstáculos a las ayudas técnicas — 1 de 4 medidas cumplidas

5 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cómo corregir

Cuatro correcciones, todas en la plantilla: declarar el idioma del mensaje en la etiqueta <html> (lang="es" para un envío en español), describir cada imagen de contenido en su atributo alt, marcar las tablas de maquetación con role="presentation" y escribir enlaces que digan adónde llevan en lugar de «haga clic aquí».

El detalle del criterio indica cuáles faltan en sus envíos; las demás ya se cumplen.

Una imagen decorativa — filete, espaciador — conserva un alt=" " vacío: es lo que la hace callar, no un olvido.

Idioma declarado, imágenes de contenido descritas, tablas de maquetación señaladas como tales, textos de enlace que dicen adónde llevan: lo que un lector de pantalla necesita para reproducir el mensaje. El detalle indica qué medida falta.

Lo que se ha medido — 1 cumplida de 4

- ☒ Idioma del mensaje declarado en un único mensaje transaccional **Cumplido**
- ☐ Hay imágenes de contenido sin describir en el único mensaje transaccional afectado **No cumplido**
- ☐ Tablas de maquetación anunciadas como tablas de datos en el único mensaje transaccional afectado **No cumplido**
- ☐ Algunos enlaces no dicen adónde llevan en el único mensaje transaccional afectado **No cumplido**

WCAG 2.2 · RGAA · PM-EXP-005

HTML Standard — The lang and xml:lang attributes (<https://html.spec.whatwg.org/multipage/dom.html#the-lang-and-xml:lang-attributes>)

HTML Standard — Requirements for providing text to act as an alternative for images (<https://html.spec.whatwg.org/multipage/images.html#alt>)

El mensaje declara su adaptación a las pantallas Cumplido

15 pts

El mensaje declara su adaptación a las pantallas en un único mensaje transaccional

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cumplido cuando el mensaje declara su área de visualización y su adaptación al ancho de pantalla. Sin ellas, se muestra en el teléfono a su anchura original, y se lee haciendo zoom y desplazándose de lado.

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 2

- Área de visualización declarada en un único mensaje transaccional Cumplido
- Adaptación al ancho de pantalla declarada en un único mensaje transaccional Cumplido

W3C · PM-EXP-026 · CSS Device Adaptation — la etiqueta viewport (<https://www.w3.org/TR/css-device-adapt-1/>)
Media Queries Level 4 (<https://www.w3.org/TR/mediaqueries-4/>)

Tema oscuro declarado Punto de bonificación no conseguido

+0 pts

El mensaje no declara su adaptación al tema oscuro en el único mensaje transaccional afectado

0 puntos de 5 — cumplido en 0 de 1 mensaje transaccional afectado.

Conseguido cuando el mensaje declara color-scheme o una regla prefers-color-scheme. Ninguna norma lo exige — los clientes que fuerzan el tema oscuro invierten ellos mismos los colores —, pero declararlo deja el control a la plantilla en lugar de al cliente de correo.

caniemail · PM-EXP-027

¿Esta dirección envía realmente los emails de Zara?

DKIM d=zara.com · SPF pasa · DKIM pasa · DMARC pasa · 1 transaccional

En 1 mensaje transaccional de Zara recibido en nuestras direcciones, en agosto de 2026:

Campo De (From)	noreply@zara.com · 1 de 1
Dominio firmante DKIM (d=)	zara.com · 1 de 1
Veredicto en la recepción	SPF pasa · 1 de 1 DKIM pasa · 1 de 1 DMARC pasa · 1 de 1

El veredicto es el que el servidor de recepción escribió en la cabecera Authentication-Results al llegar el mensaje: se lee, nunca se recalcula.

Es tas constataciones describen los envíos recibidos en nuestras direcciones. No dicen nada de un mensaje recibido en otro lugar: el campo De se escribe libremente, y solo las cabeceras del mensaje recibido indican por dónde ha pasado.

Comparativa sectorial

Moda y retail — 123 marcas de las que se ha analizado al menos una campaña. Los porcentajes siguientes se calculan sobre ellas, nunca sobre el catálogo.



123 marcas analizadas en este sector

Reservado a la versión Pro

Notas de lectura

Cómo leer esta página

- 01 **Un criterio no observable o no aplicable sale del cálculo.** Sigue en la lista, nunca se cuenta como cero: su peso sale del denominador en lugar de pesar como un fallo.
- 02 Cada línea describe una **constatación observable**, con el fragmento que la sustenta. No se incluye ninguna calificación jurídica.
- 03 Las medidas provienen de **analizadores deterministas**: el mismo mensaje da siempre el mismo resultado, y una constatación discutida se rehace de forma idéntica a partir del archivo.
- 04 Toda proporción se publica **sobre una base observada**, y la nombra: «26 de las 30 marcas analizadas». Una marca de la que no se ha recibido ningún envío no entra en ningún denominador.
- 05 La **entregabilidad es prestada**: su veredicto proviene del servidor que recibió el mensaje. Todas las demás familias salen de nuestros analizadores.

¿Le dice algo este análisis?

**Recorrámoslo juntos,
en 20 minutos.**

Repasamos con usted los 9 puntos, la prueba de cada uno y el orden en que corregirlos. Por

Recibir los cambios de Zara

Un email cuando un criterio cambia de estado, nada más.

¿Trabaja en Zara?

Reclamar la marca: transaccionales, alertas, prueba fechada.

videollamada, sin compromiso.

Elegir una franja : <https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min> (<https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min>)

La versión Pro

Historial completo, antes y después, alertas.

Este informe también puede consultarse en línea, con la vista previa de cada envío:

<https://postmetry.com/es/marque/zara/?kind=transactional>