

Lo que nadie te cuenta antes de un cambio de web

Análisis de 175 migraciones reales (2015-2025)

MJ Cachón | Laika

mjcachon.com | laikateam.com



INTRODUCCIÓN

Este estudio analiza 175 migraciones SEO del mercado español realizadas entre 2015 y 2025, con datos de visibilidad extraídos de SISTRIX.

Es el primer estudio de migraciones SEO publicado en España.

Nuestro objetivo: proporcionar un marco de referencia fiable para profesionales SEO que necesitan tomar decisiones sobre migraciones web.

En resumen: Analizamos la visibilidad en SISTRIX de 175 dominios españoles, comparando el "antes" y el "después" en 24 meses.

Consideramos éxito recuperar al menos el 90% de la visibilidad original.



RESUMEN EJECUTIVO

Tasa de éxito	46%
Caída media de visibilidad	68%
Factor multiplicador (destino existente)	x1.5
Predictor más fiable	Resultado del mes 1
Tiempo típico de recuperación	2-4 meses

El detalle de cada hallazgo se desarrolla en las siguientes secciones.



¿Para quién es este estudio?



Directivos y CMOs

Para entender el riesgo real antes de aprobar una migración

Los detalles técnicos están en el checklist descargable.



Equipos de marketing

Para dimensionar el impacto y planificar recursos




Consultores SEO


Para respaldar recomendaciones con datos




Agradecimientos



Gracias a **SISTRIX** por proporcionar los datos de visibilidad que han hecho posible este estudio.



Más de **10 años de datos** analizados para ofrecer conclusiones sólidas y accionables.



Este estudio no habría sido posible sin el acceso a información de calidad sobre el mercado español.



Índice

01

Metodología

03

El factor destino

05

Velocidad de recuperación

07

Impacto de Google Updates

09

Errores típicos

11

Recomendaciones

02

Análisis global

04

Análisis por tipo de migración

06

El primer mes como predictor

08

Análisis por sector

10

Impacto económico



175

Migraciones

Analizadas en detalle

46%

Tasa de éxito

Solo la mitad recupera

68%

Caída media

Pérdida de visibilidad

4

Meses

Tiempo de recuperación



Solo el 46% de las migraciones tienen éxito. Más de la mitad de los proyectos no recuperan su visibilidad.



Metodología

Antes de los datos, explicamos cómo hemos medido

La metodología es fundamental para interpretar correctamente los resultados. A continuación, detallamos las fuentes, definiciones y métricas utilizadas en este estudio.





METODOLOGÍA

Fuente de datos y definiciones

Fuente de datos

Datos de visibilidad extraídos de la API de SISTRIX (índice móvil para España). Se consultó la visibilidad del dominio origen en la fecha previa a la migración, y del dominio destino en 24 puntos mensuales posteriores.

Criterios de éxito

- **Crecimiento:** Visibilidad final \geq 110%
- **Recuperado:** Entre 90% y 110%
- **Parcial:** Entre 50% y 90%
- **No recuperado:** $<$ 50%



ANÁLISIS GLOBAL

Los números que definen el estado de las migraciones SEO en España

"Con la metodología clara, veamos qué dicen los datos."



Tipos de migración analizados



Cambio de dominio

Migración completa de un dominio a otro diferente

Ejemplo: **marca-antigua.com** → **marca-nueva.com**



Cambio de TLD

Cambio de extensión del dominio (.es a .com, etc.)

Ejemplo: **ejemplo.es** → **ejemplo.com**



(Des)incorporación a medio

Un sitio independiente se integra en un medio más grande o se desvincula

Ejemplo: **blog-independiente.com** → **elmundo.es/blog**

Ejemplo: **elpais.com/seccion** → **seccion-independiente.com**



Cambio de diseño o tecnología

Sin cambiar de dominio, se hace rebranding o se cambia el CMS

Es una migración más "invisible" desde fuera

Ejemplo: pasar de Magento a Shopify



Cambio de subdominio

Migración entre subdominios del mismo dominio

Ejemplo: **blog.ejemplo.com** → **noticias.ejemplo.com**



Subdominio a carpeta

Migración de subdominio a estructura de carpetas

Ejemplo: **blog.ejemplo.com** → **ejemplo.com/blog**



Hallazgos principales del estudio



Tasa de fracaso alta

El 54% de las migraciones no alcanzan los objetivos de recuperación de visibilidad



Destino existente gana

Migrar a un dominio existente multiplica x1.5 las probabilidades de éxito



El primer mes es crítico

Mes 1 positivo = 83% éxito. Mes 1 negativo = 30% éxito



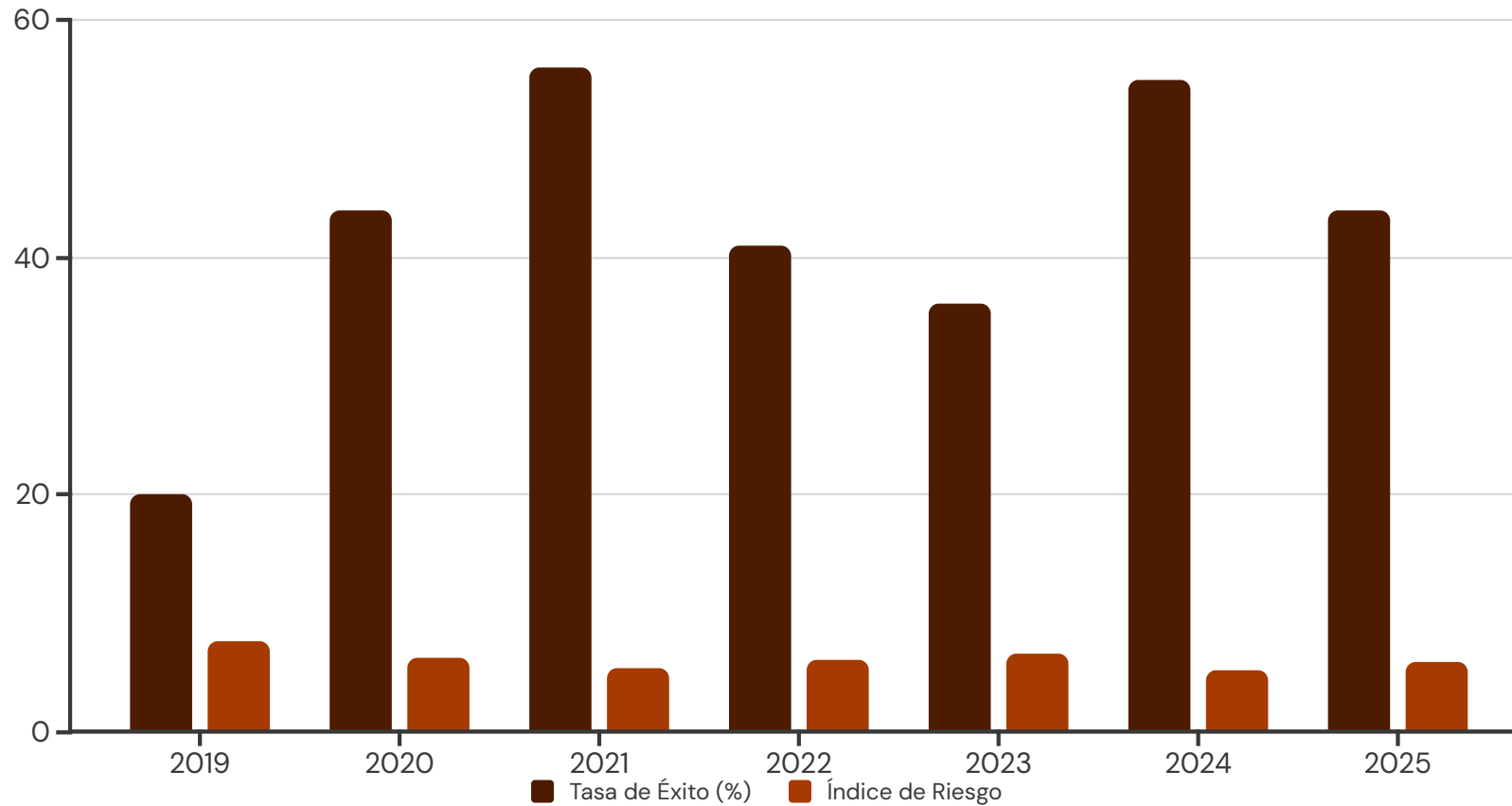
Google Updates omnipresentes

El 92% de las migraciones coinciden con updates en su ventana de 90 días



Evolución de migraciones por año

El análisis temporal revela patrones interesantes en la tasa de éxito y el nivel de riesgo asociado a las migraciones SEO en España.



2021 y 2024 destacan como los años con mejores tasas de éxito, mientras que 2019 muestra el mayor nivel de riesgo con solo 20% de éxito.

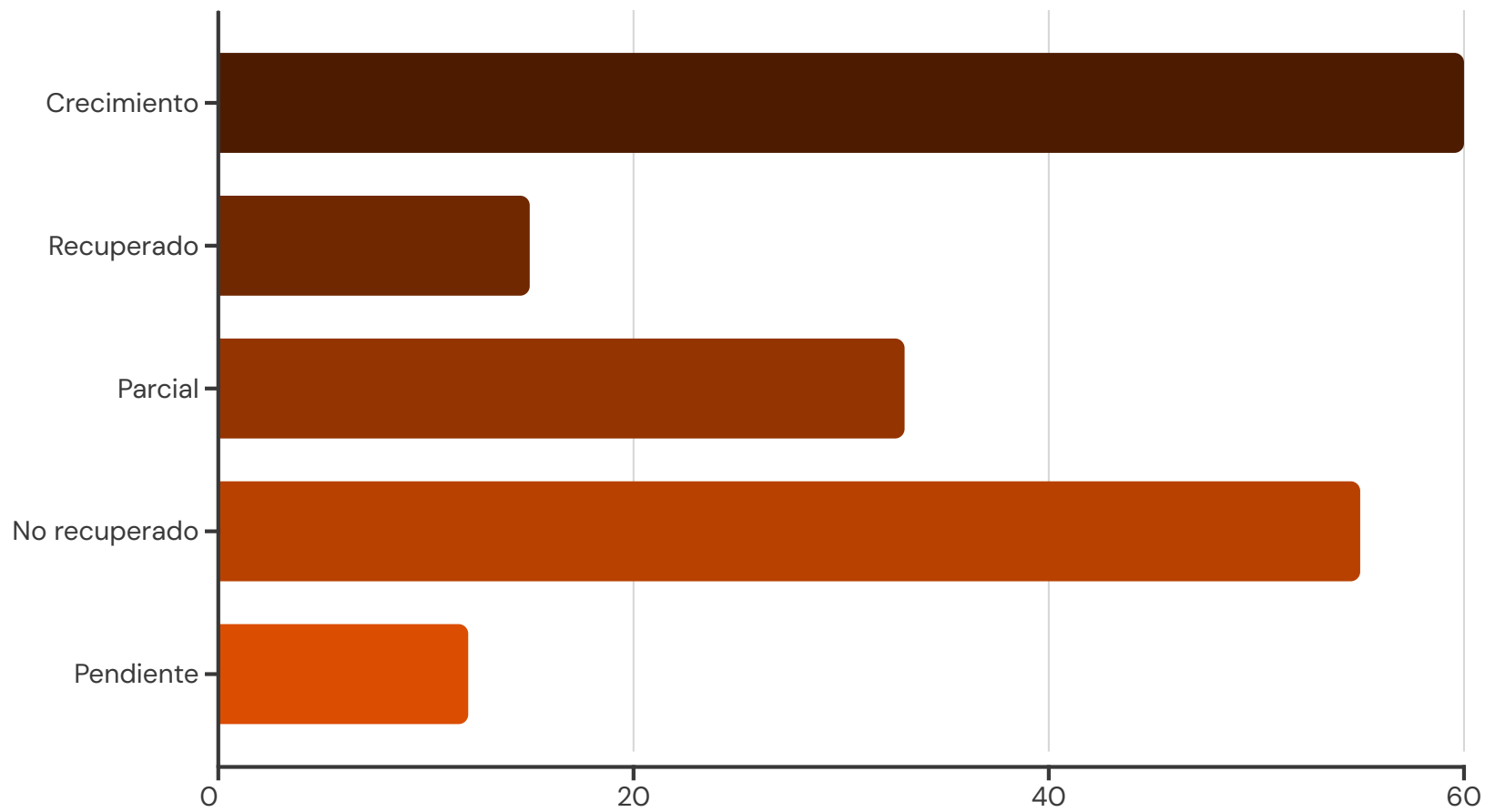


La caída media de visibilidad es del 68%



Distribución de resultados

De las 175 migraciones analizadas, la distribución de resultados muestra una realidad preocupante para muchos proyectos.



El 34.3% logra crecimiento, el 8.6% se recupera, mientras que el 18.9% es parcial. Alarmantemente, el 31.4% no se recupera y el 6.9% queda pendiente.



1 de cada 3 migraciones
mejora su visibilidad. Pero 1
de cada 3 no se recupera
nunca.



EL FACTOR QUE DUPLICA TUS PROBABILIDADES

"¿Destino nuevo o existente? Uno de los factores clave de una migración."



x1.5

Multiplicador de éxito al migrar a un dominio existente vs uno nuevo



ANÁLISIS POR TIPO DE MIGRACIÓN

No todas las migraciones son igual de arriesgadas. Conoce el riesgo antes de decidir.



Antes de elegir el tipo de migración, consulta esta tabla de riesgo. Tu elección puede influenciar tus probabilidades de éxito.



EL MÁS PELIGROSO

Desincorporación de medio

0%

Éxito

9.2

Riesgo

85.5%

Caída media

Separarse de un medio grande siempre es sinónimo de caída de visibilidad.

La migración puede hacerse bien pero la autoridad del medio se queda en el propio medio.



EL MÁS COMÚN

Cambio de dominio

76

Casos

54%

Éxito

5.5

Riesgo

MEDIO

Es la migración más habitual. Resultados moderados.



EL MÁS SEGURO

Subdominio a carpeta

5

Casos

80%

Éxito

3.2

Riesgo: **Bajo**

Mantener el mismo dominio principal es la opción más segura.



Las desincorporaciones de
medios tienen 0% de éxito.
Este tipo siempre pierde.



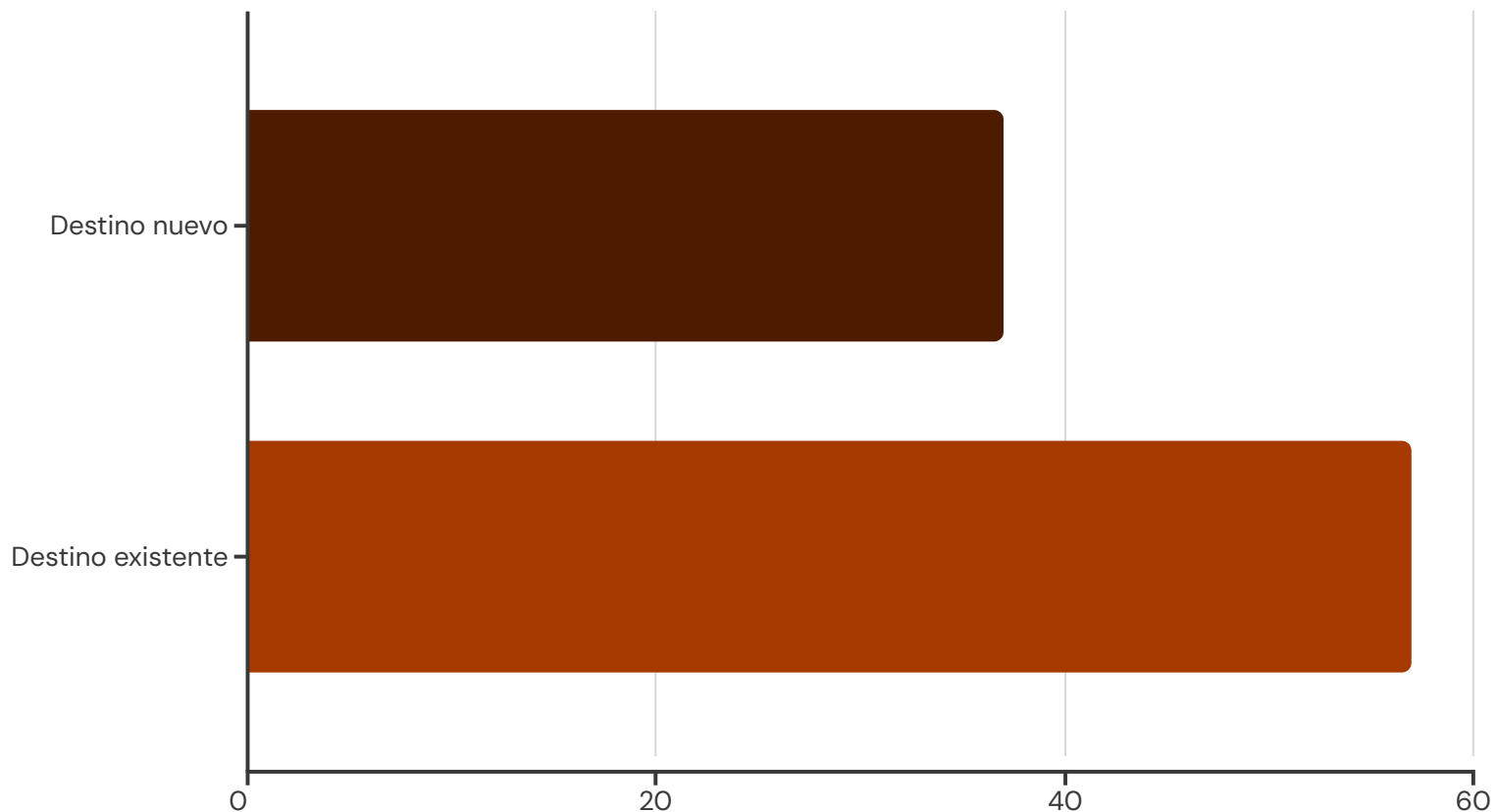
Tabla de riesgo por tipo de migración

Subdominio a carpeta	5	80%	3.2	Riesgo Bajo
Cambio de subdominio	10	67%	5.1	Riesgo Bajo
Cambio de dominio	76	54%	5.5	Riesgo Medio
Cambio de TLD	40	44%	6.2	Riesgo Medio-Alto
Incorporación a medio	26	30%	6.1	Riesgo Medio-Alto
Desincorporación de medio	5	0%	9.2	Riesgo Crítico



COMPARATIVA DESTINO

La elección del tipo de dominio de destino es un factor crucial que impacta directamente en las probabilidades de éxito de una migración SEO, según nuestro análisis.



Las migraciones a un destino existente tienen una tasa de éxito significativamente mayor (57%) comparado con un destino completamente nuevo (37%). Esto resalta la importancia de la reputación y autoridad preexistente del dominio. Se analizaron 99 casos para destinos nuevos y 76 para destinos existentes.

Aunque no es algo que se pueda elegir, conviene saberlo para entender el contexto de los resultados.



VELOCIDAD DE RECUPERACIÓN

Si no recuperas en 3 meses, probablemente no recuperes nunca.

"¿Cuánto tiempo tienes para saber si funcionó?"

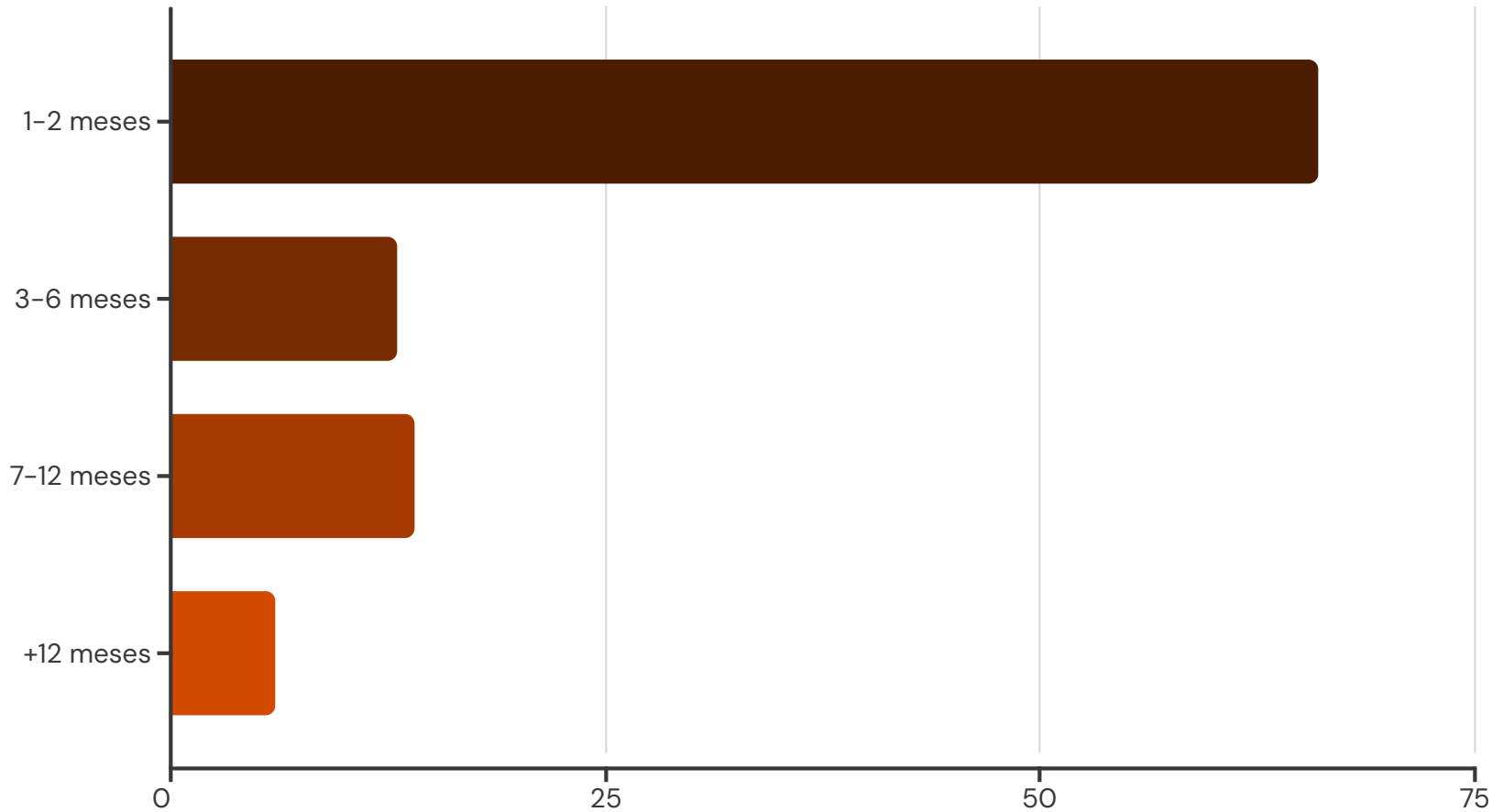


66%

de las recuperaciones ocurren en los primeros 2 meses



Distribución temporal de recuperaciones



La gráfica muestra que el **66%** de las recuperaciones ocurren en los primeros 2 meses, lo que subraya la importancia crítica de este período. Después de este punto, la probabilidad de recuperación disminuye drásticamente, con solo un 13% en los meses 3-6 y un porcentaje aún menor más allá de los 6 meses.



EL PRIMER MES LO PREDICE TODO

El indicador más fiable del resultado final de una migración.



83%

Éxito si el mes 1 es positivo

30%

Éxito si el mes 1 es negativo

Positivo ($\geq 0\%$)	47	83%
Negativo ($< 0\%$)	119	30%



IMPLICACIONES PRÁCTICAS

01

Monitoriza intensivamente las primeras 4 semanas

03

Los problemas detectados tarde son mucho más difíciles de corregir

02

Si el mes 1 es negativo, actúa inmediatamente

04

No esperes a ver qué pasa: el primer mes ya te dice qué va a pasar



LOS GOOGLE UPDATES: EL FACTOR QUE NO PUEDES CONTROLAR

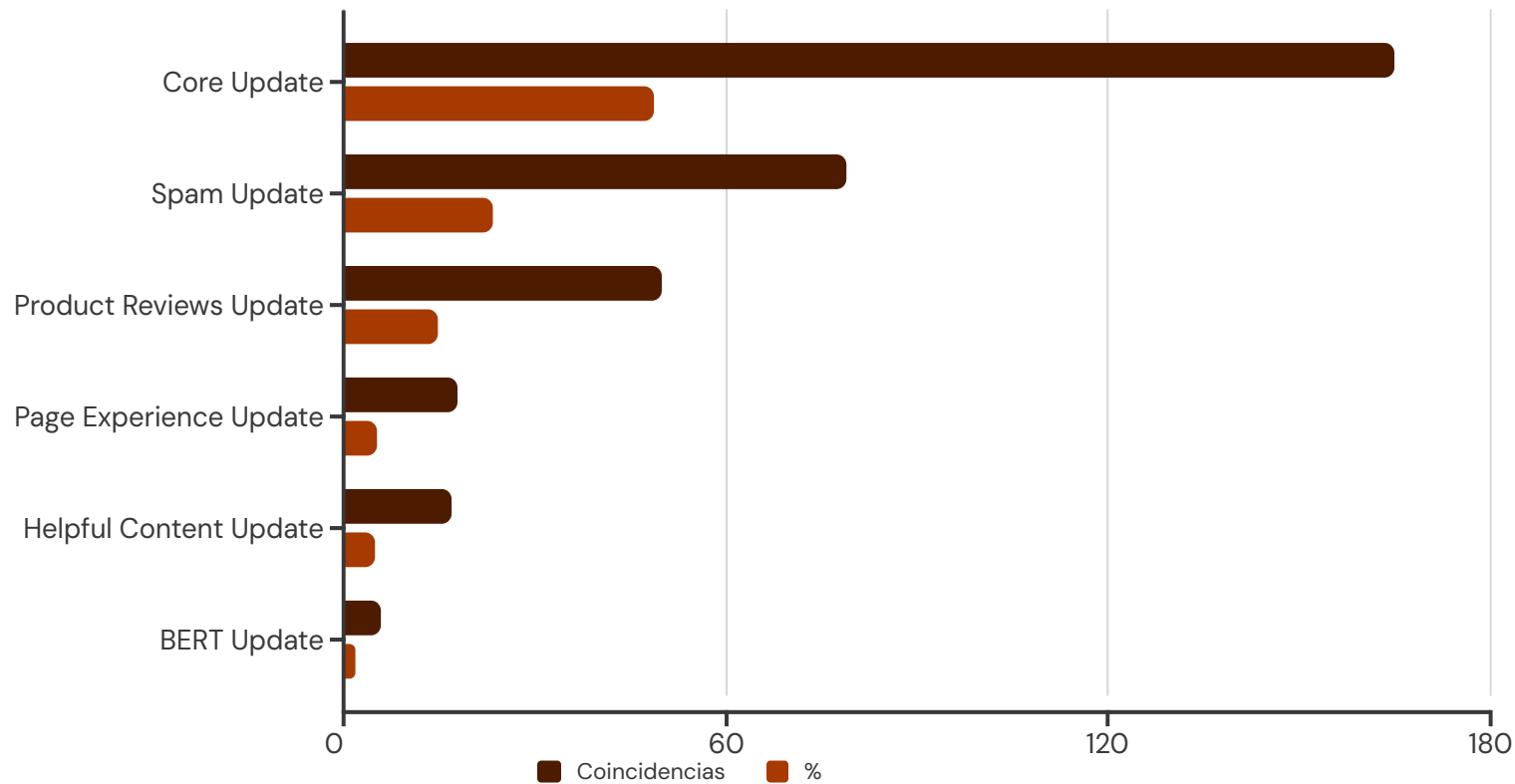
Cómo afectan los updates de Google al resultado de tu migración.

"Hasta aquí, lo que puedes controlar. Ahora, lo que no."



Tipos de updates más frecuentes

Durante el período analizado, diferentes tipos de actualizaciones de Google han impactado las migraciones con frecuencias variables.



Los Core Updates representan la mayor parte con un 48.8%, seguidos de los Spam Updates (23.4%) y los Product Reviews Updates (14.8%).

El mayor impacto de los Updates es ensuciar los datos e impedir entender cómo ha ido la migración con mayor claridad



¿Importa el tipo de update?



Core updates

Afectan al algoritmo general. Pueden amplificar o reducir el impacto de tu migración.



Spam updates

Si tu migración no resuelve ciertas incidencias, pueden penalizarte más.



Product reviews / helpful content

Relevantes si tu contenido cambia significativamente en la migración.

El tipo de update importa: sé consciente de si tu proyecto es susceptible de verse afectado.

Cuando se lanza una migración los buscadores reevalúan la calidad del sitio, es un "examen" para el que hay que ir bien preparado.



**Los Core Updates
representan casi la mitad
de las coincidencias. Son
los más frecuentes y los de
mayor impacto potencial.**

92%

de las migraciones coincidieron con un Google Update en su ventana de 90 días post-migración



Con la frecuencia actual de
Google Updates, es
prácticamente imposible
evitarlos. Uno cada 4-6
semanas.



Recomendaciones de timing

01

Evita migrar durante un update activo

Dificulta la medición y el diagnóstico de problemas.

03

Monitoriza el calendario de updates

Google suele anunciarlos en su blog y Twitter/X.

02

El mejor momento: justo después de que termine un update

Tendrás unas semanas de estabilidad antes del siguiente.

04

Prioriza la preparación sobre el timing

Una migración bien ejecutada en mal momento tiene mejores resultados que una mal ejecutada en buen momento.



CALENDARIO DE UPDATES

Google lanza updates constantemente. En 2024-2025:

Core updates

~4-5 al año

Reviews/helpful content

~2-3 al año

Spam updates

~3-4 al año

Otros (Page experience, etc.)

varios

Esperar al momento perfecto es imposible. Prepárate bien y ejecuta.



El mejor momento para migrar:
justo después de que termine
un update. Pero siempre
prioriza la preparación sobre el
timing perfecto.



ANÁLISIS POR SECTOR

No todos los sectores tienen el mismo riesgo. Encuentra el tuyo.



Seguros: 100% de éxito en migraciones

Nota: Solo 4 casos analizados. El 100% de éxito es destacable pero la muestra es pequeña. Posible explicación: sector muy regulado donde las migraciones se planifican con más rigor.

Casos destacados:

- Mejor caso: segurosbilbao.com → occident.com (+758%). Parte de este crecimiento es la visibilidad del dominio existente.
- Peor caso: fenixdirecto.com → allianzdirect.es (+9%)

Incluso el peor caso es **positivo**, lo que explica la tasa de éxito del 100%.



SECTOR GUBERNAMENTAL

9

Migraciones analizadas

67%

Tasa de éxito

-15%

Caída media

5.7

Riesgo

Dominios institucionales con máxima autoridad.

Mejor caso: xunta.es → xunta.gal (+55%) | **Peor caso:** mde.es → defensa.gob.es (-100%)



SECTOR SALUD

12

Migraciones analizadas

67%

Tasa de éxito

75.8%

Caída media

5.2

Riesgo

Mejor caso: cinfasalud.com (+200%)* | **Peor caso:** hospitalfunsanta.com → viamedsalud.com (-84%)

** Parte de este crecimiento puede ser la visibilidad del dominio existente.*



SECTOR ALIMENTACIÓN

12

Migraciones analizadas

60%

Tasa de éxito

54.5%

Caída media

5.2

Riesgo

Mejor caso: restaurantes.com → thefork.es (+225%)* | **Peor caso:** oipacyl.es → oipacyl.com.es (-70%)

** Parte de este crecimiento puede ser la visibilidad del dominio existente.*



SECTOR FINANZAS

16

Migraciones analizadas

56%

Tasa de éxito

40%

Caída media

5.0

Riesgo

El sector financiero destaca por su rendimiento superior a la media. Con 16 migraciones analizadas, muestra que migrar a dominios existentes aumenta el éxito al 67%.

Mejor caso: infocif.es → infocif.economia3.com (+633%)*

** Parte de este crecimiento puede ser la visibilidad del dominio existente.*



SECTOR TRAVEL

12

Migraciones analizadas

56%

Tasa de éxito

78.6%

Caída media

5.3

Riesgo

Mejor caso: viajes.com → vuelosbaratos.com (+350%)* | **Peor caso:** hotelesya.es → ofertasviajes.net (-80%)

** Parte de este crecimiento puede ser la visibilidad del dominio existente.*



SECTOR EMPLEO

4

Migraciones analizadas

50%

Tasa de éxito

52.7%

Caída media

4.5

Riesgo

Mejor caso: cornerjob.com → eurofirms.com (+402%)* | **Peor caso:** indeed.es → es.indeed.com (-35%)

** Parte de este crecimiento puede ser la visibilidad del dominio existente.*



SECTOR FORMACIÓN

6

Migraciones analizadas

40%

Tasa de éxito

56.6%

Caída media

5.4

Riesgo

Mejor caso: ditutor.com → superprof.es (+1,281%)* | **Peor caso:** euroinnova.edu.es → euroinnova.com (-42%)

** Parte de este crecimiento puede ser la visibilidad del dominio existente.*



SECTOR COMPRAS

26

Migraciones analizadas

40%

Tasa de éxito

70.9%

Caída media

6.9

Riesgo

Mejor caso: amazon.es → amazon.com (+150%)* | **Peor caso:** elcor-teingles.es → elcor-teingles.com (-30%)

** Parte de este crecimiento puede ser la visibilidad del dominio existente.*



SECTOR TECNOLOGÍA

20

Migraciones analizadas

35%

Tasa de éxito

76.6%

Caída media

6.3

Riesgo

Mejor caso: republicamovil.es → simyo.es (+8,268%)* | **Peor caso:** pcworld.es → techadvisor.com (-99%)

** Parte de este crecimiento puede ser la visibilidad del dominio existente.*



SECTOR ENTRETENIMIENTO

16

Migraciones analizadas

31%

Tasa de éxito

76.8%

Caída media

6.4

Riesgo

Mejor caso: rocalibros.com → penguinlibros.com (+995%)* | **Peor caso:** cinemania.elmundo.es → cinemania.es (-100%)

** Parte de este crecimiento puede ser la visibilidad del dominio existente.*



SECTOR REDES SOCIALES

4

Migraciones analizadas

25%

Tasa de éxito

-51%

Caída media

Alto

Riesgo

Mejor caso: twitter.com → x.com (+5%) | **Peor caso:** tuenti.es → o2online.es (-51%)



SECTOR ESTILO DE VIDA

13

Migraciones analizadas

25%

Tasa de éxito

84.0%

Caída media

6.6

Riesgo

Mejor caso: zankyous.es → bodas.net (+21776%)* | **Peor caso:** crecerfeliz.es → diezminutos.es/ninos-bebes... (-100%)

** Parte de este crecimiento puede ser la visibilidad del dominio existente.*



LOS SECTORES MÁS SEGUROS

Salud

67% de éxito

- 12 migraciones analizadas
- Riesgo medio: 5.2
- Caída media: 75.8%

"Sector con alta autoridad de dominio. Las migraciones bien ejecutadas funcionan."

Gubernamental

67% de éxito

- 9 migraciones analizadas
- Riesgo medio: 5.7

"Dominios institucionales con fuerte autoridad previa."



LOS SECTORES MÁS ARRIESGADOS

Estilo de vida

25% de éxito

- 13 migraciones analizadas
- Riesgo: 6.6 (alto)
- Caída media: 84.0%

Sector muy competido con poca diferenciación. Las migraciones suelen fallar.

Entretenimiento

31% de éxito

- 16 migraciones analizadas
- Riesgo: 6.4

Alta volatilidad y dependencia de tendencias.



TABLA RESUMEN DE SECTORES

Sector	Casos	Éxito	Riesgo
Seguros	4	100%	2.8
Salud	12	67%	5.2
Gubernamental	9	67%	5.7
Alimentación	12	60%	5.2
Otros	5	60%	5.6
Finanzas	16	56%	5.0
Travel	12	56%	5.3
Empleo	4	50%	4.5
Comunicación	12	45%	5.5
Formación	6	40%	5.4
Compras	26	40%	6.9
Tecnología	20	35%	6.2
Entretenimiento	16	31%	6.4
Redes Sociales	4	25%	6.5
Estilo de Vida	13	25%	6.6



RANKING DE SECTORES POR ÉXITO

- 1. Salud / Gubernamental: 67%
- 2. Alimentación: 60%
- 3. Finanzas / Travel: 56%
- 4. Comunicación: 45%
- 5. Compras: 40%
- 6. Tecnología: 35%
- 7. Entretenimiento: 31%
- 8. Estilo de vida: 25%



Tu sector importa. Antes de migrar, consulta los datos específicos de tu industria. La diferencia entre el mejor y el peor sector es de 42 puntos porcentuales.



ERRORES TÍPICOS EN MIGRACIONES

Los fallos que se repiten una y otra vez. Todos son evitables.





ERRORES DE PLANIFICACIÓN

- Establecer fechas sin contar con tiempos de desarrollo, tamaño del catálogo o tecnología
- No dimensionar recursos para el global del sitio: versiones de idiomas, subdominios, áreas privadas
- No elegir la tecnología adecuada para negocio, usuario y mantenimiento posterior
- Importar todo el sitio antiguo sin revisar errores, contenido desactualizado o productos descatalogados
- Aglutinar demasiados cambios en una misma migración: arquitectura, dominio, diseño y tecnología a la vez





ERRORES DE COORDINACIÓN

- No involucrar al consultor SEO en fase temprana (previo a toma de decisiones)
- No conceder accesos a entornos de staging ni a herramientas de rastreo
- No respetar la guía de desarrollo SEO
- Priorizar fechas de marketing o comunicación sobre calidad técnica
- No reservar tiempo el día de migración para comprobaciones



ERRORES TÉCNICOS

Los fallos que destruyen migraciones bien planificadas



Redirecciones

- Mapeado incompleto
- Cadenas y bucles
- Enlaces internos sin actualizar



Indexación

- "Noindex" activo post-lanzamiento
- Staging indexado
- Sitemaps desactualizados



Configuración

- HTTPS/SSL mal configurado
- Hreflang desactualizados
- Robots.txt bloquea secciones



Rastreo

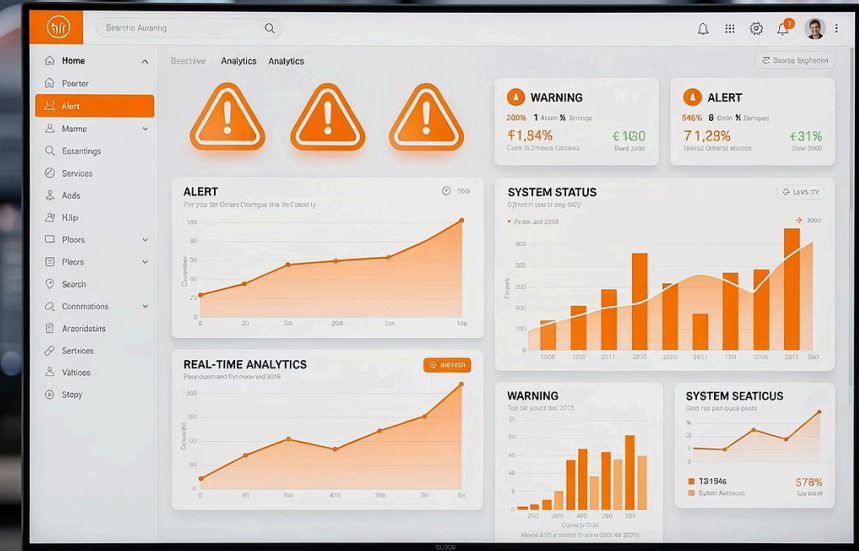
- Menús o enlaces perdidos
- Sitio no validado pre-lanzamiento

Un solo error técnico puede anular meses de planificación.



ERRORES POST-MIGRACIÓN

- No monitorizar activamente después del lanzamiento
- No tener capacidad de reacción para corregir problemas a tiempo
- Migrar durante un Google Update activo o en temporada alta





ERRORES DE CONTENIDO

- Perder contenido que posicionaba bien
- Perder módulos de enlazado interno o menús de navegación
- No revisar titles y meta descriptions de páginas principales
- No maquetar headings según recomendaciones SEO
- No tener en cuenta URLs con enlaces externos y popularidad



Las migraciones exitosas no son fruto del azar. Son el resultado de una planificación meticulosa, comunicación constante y testing exhaustivo. Cada detalle cuenta.

CLAVES DE ÉXITO EN MIGRACIONES

Lo que funciona en las migraciones exitosas

Después de analizar los errores, estas son las prácticas que marcan la diferencia entre el éxito y el fracaso.



CLAVES DE ÉXITO VERIFICADAS

- Planificación desde el minuto cero y comunicación fluida entre todos los equipos
- Herramientas de control y transparencia documental
- Cambios escalables: priorizar y fasear, no hacer todo de golpe
- Controlar KPIs antes y después de la migración
- Ajustar tiempos de todos los equipos con respeto a pasos críticos
- Integrar consultores SEO desde fase inicial hasta semanas post-producción
- Control de URLs de valor para mapeado de redirecciones minucioso
- Test exhaustivo en staging para reducir riesgos
- Doble comprobación entre staging y producción antes del GO LIVE
- Reservar espacio el día de migración para comprobaciones inmediatas



CASOS DE ESTUDIO

Aprendiendo de migraciones reales

Después de analizar los datos, veamos casos concretos. Aciertos, errores y lecciones a tener en cuenta en tu proyecto.



Caso de estudio: Selecta Hotels → Clubrural

Cómo una migración por fases minimizó el riesgo

Sector

Travel / Turismo rural

Resultado

Migración exitosa con traspaso de visibilidad

LA ESTRATEGIA

01

Fase 1

Migrar blog y fichas de hotel (menor valor)

02

Fase 2

Solo si la Fase 1 funciona, migrar listados (mayor valor)

POR QUÉ FUNCIONÓ

Proceso validado

Validación antes de arriesgar lo importante

Redirecciones 301

Redirecciones URL a URL

Autoridad existente

El destino (Clubrural) ya tenía autoridad

APRENDIZAJE

"No apuestes todo a una carta. Las migraciones grandes pueden dividirse en fases para reducir el riesgo."



Caso de estudio: Clarks Internacional

Cuando un error técnico cuesta millones

Sector Retail / Calzado	Tipo de error Consolidación de dominios
----------------------------	--

EL ERROR

- Redirecciones incorrectas
Todas las redirecciones apuntaban a la versión /en/ (inglesa) por defecto.
- Visibilidad limitada
Google solo indexó la versión inglesa, ignorando las versiones locales.

EL IMPACTO

-97%

España
de visibilidad

-92%

Francia
de visibilidad

-61%

Alemania
de visibilidad

LA SOLUCIÓN

- Redirecciones específicas
Cada mercado debía redirigir a su carpeta correspondiente: /es/, /fr/, /de/.
- Configuración precisa
Asegurar que cada URL local fuera accesible y correctamente indexada.

APRENDIZAJE

"En proyectos internacionales, un error de configuración puede destruir años de trabajo en todos los mercados a la vez."



Caso de estudio: AKI → Leroy Merlin

Cuando el negocio y el SEO tienen objetivos diferentes

Sector

Bricolaje / Retail

Contexto

Fusión de marcas

EL RETO

El negocio quería comunicar la fusión a los usuarios. El SEO necesitaba redirecciones URL a URL para no perder visibilidad.

LA SOLUCIÓN

- 70% de URLs → Redirigidas correctamente a Leroy Merlin
- 30% de URLs → Página informativa sobre la fusión

RESULTADO

Traspaso parcial de visibilidad. Las secciones principales (jardín, baños, ferretería) heredaron la autoridad.

APRENDIZAJE

"En fusiones, hay que negociar entre comunicación corporativa y necesidades técnicas. Ambas son válidas, pero tienen costes diferentes."



Caso de estudio: Segundamano → Vibbo

Cuando los usuarios no reconocen tu nuevo nombre

Sector

Clasificados online

Tipo

Rebranding completo

QUÉ PASÓ

En 2015, Segundamano (marca conocida desde los 80) cambió su nombre a Vibbo.

EL PROBLEMA

- Los usuarios buscaban "segundamano" y encontraban "vibbo"
- No reconocían la marca → volvían a los resultados
- Este comportamiento (short clicks) penaliza en Google

IMPACTO

Solo recuperaron el 40% de la visibilidad original. Perdieron el 60% de forma permanente.

APRENDIZAJE

"Una marca conocida tiene valor SEO real. Cambiarla tiene un coste que va más allá del marketing: afecta directamente al comportamiento del usuario en Google."



Caso de estudio: El Palacio de la Plata

Cuando "mejorar la web" destruye tu visibilidad

Sector

Joyería / E-commerce

Tipo

Rediseño web completo

Fecha

Diciembre 2019

EL ERROR

- Cambiaron las URLs sin planificar redirecciones
- El 57% de las redirecciones apuntaban a la página de inicio
- Google no sabía dónde encontrar los productos

IMPACTO

Keywords en primera página: de 34,5% a 7,4%

Pérdida de casi el 80% de posiciones en Google.

LO QUE DEBIERON HACER

- Mapear todas las URLs antiguas a las nuevas
- Redirecciones URL a URL, no todo a la home
- Planificar el cambio ANTES de ejecutarlo

APRENDIZAJE

"Un rediseño no es solo 'cambiar el aspecto'. Sin coordinación con SEO, puedes perder en días lo que costó años construir."



Caso de estudio: Cuando hay que dar marcha atrás

A veces, admitir el error es la mejor estrategia

HBO Max → Max → HBO Max

2020: Se llamaba HBO Max

2023: Cambiaron el nombre a "Max"

2025: Volvieron a llamarse HBO Max

Por qué: Los usuarios seguían asociando la calidad con "HBO". La marca "Max" diluyó el valor percibido.

Regalos.es ↔ Smyla.es

2019: regalos.es migró a smyla.es

2020: smyla.es volvió a regalos.es

Resultado: La visibilidad nunca se recuperó del todo. Cada cambio tiene un coste.

APRENDIZAJE

"Revertir una migración es posible, pero cada cambio tiene un coste acumulativo. HBO tardó 2 años en admitir el error. Cuanto antes se actúe, menor es el daño."



Lo que aprendemos de migraciones reales

Caso	Error/Acierto	Lección
Selecta Hotels	Migración por fases	Divide el riesgo, valida antes de arriesgar
Clarks	Redirecciones al mercado equivocado	En internacional, cada país necesita su configuración
AKI/Leroy	Equilibrio negocio vs SEO	Las fusiones requieren negociar prioridades
Segundamano/Vibbo	Abandonar marca conocida	El valor de marca afecta al SEO
Palacio de la Plata	Rediseño sin planificación SEO	Coordinar equipos antes de lanzar
HBO/Smyla	Migraciones revertidas	Admitir errores a tiempo reduce el daño

Cada caso es diferente, pero los errores se repiten. Aprender de otros es más barato que aprenderlo en tu propio proyecto.



EL COSTE REAL DE UNA MIGRACIÓN FALLIDA

Una migración con caída del 68% (la media del estudio) significa:

Si tu tráfico orgánico vale...	Pierdes al mes...	En 6 meses...
10.000€/mes	6.800€	40.800€
50.000€/mes	34.000€	204.000€
100.000€/mes	68.000€	408.000€

Y esto sin contar el coste de intentar recuperar posiciones.



Calcula tu riesgo

Fórmula simple:

01

Estima el valor mensual de tu tráfico orgánico

(lo que factura tu SEO)

02

Multiplica por 0.68

(la caída media del estudio)

03

Multiplica por 6

(meses de impacto típico)

Ejemplo práctico:

Si tu SEO genera 30.000€/mes en ventas:

Pérdida mensual potencial:

$$30.000 \times 0.68 = 20.400\text{€}$$

En 6 meses:

122.400€

Y esto sin contar el coste de intentar recuperarse.



Los 4 costes ocultos



Coste de visibilidad equivalente en Ads

Para mantener el mismo tráfico vía SEM: desde 5.000€/mes hasta 50.000€/mes según sector



Pérdida de ingresos directos

Caída del 68% en visibilidad \approx caída similar en conversiones e ingresos



Coste de recuperación

Horas de consultoría, desarrollo, contenido para intentar recuperar
En muchos casos, no se recupera nunca (31.4% del estudio)



Coste de oportunidad

Mientras tú caes, tu competencia sube
Cuota de mercado perdida que no vuelve



Una migración fallida no es solo visibilidad perdida. Es dinero perdido, clientes perdidos y oportunidades que aprovecha tu competencia.



RECOMENDACIONES Y CHECKLIST

"Ahora que conoces el coste real, veamos cómo evitarlo."



ANTES DE LA MIGRACIÓN

- Auditar estado actual
URLs, posiciones, tráfico, conversiones.
- Crear mapa de redirecciones completo
De URL a URL.
- Validar que el destino no tiene problemas técnicos
- Si es posible, elegir un destino que ya tenga autoridad
- Planificar la fecha evitando Google Updates activos
- Configurar herramientas de monitorización





Durante la migración

- Asegurar que el equipo técnico implementa las redirecciones correctamente
- Validar que no hay errores de acceso o indexación
- Mantener comunicación constante entre todos los equipos
- Tener capacidad de reacción inmediata ante problemas





Después de la migración

- Monitorizar errores diariamente
- Revisar Google Search Console (cobertura, errores, rendimiento)
- Seguir evolución de visibilidad en SISTRIX o similar
- Evaluar el primer mes (predictor clave)
- Actuar inmediatamente si hay problemas
- Documentar lecciones aprendidas



El éxito de una migración es la consecuencia de hacer muchas pequeñas cosas bien. Las pequeñas mejoras son las que acaban teniendo un gran impacto.



Las 5 claves para una migración exitosa



Planifica exhaustivamente antes de ejecutar



Considera los tipos de migración y valora el riesgo si puedes



Actúa rápido ante cualquier problema



Elige bien el destino (existente > nuevo)



Monitoriza el primer mes intensivamente



Resumen ejecutivo final

Lo que hemos aprendido de 175 migraciones:

Dato	Valor	Acción
Tasa de éxito	46%	No improvises
Factor destino	x1.5	Elige dominio existente si puedes
Primer mes	83% vs 30%	Monitoriza desde el día 1
Sectores seguros	Seguros, Salud, Gubernamental	Estudia tu sector
Sectores riesgo	Estilo de vida, Entretenimiento	Planifica más



Una migración no es un
proyecto técnico. Es un
proyecto de negocio.



Conclusiones del estudio

Las migraciones son arriesgadas

Solo el 46% tiene éxito. La caída media del 68% puede comprometer seriamente un negocio digital.

El destino importa

Migrar a un dominio existente con autoridad multiplica x1.5 las probabilidades de éxito.

El tiempo es crítico

El 66% de recuperaciones ocurren en 2 meses. Si no recuperas en 3 meses, las probabilidades caen drásticamente.

El primer mes predice el resultado

Mes 1 positivo = 83% éxito. Mes 1 negativo = 30% éxito. Actúa rápido si detectas problemas.

Google Updates son inevitables

El 92% de migraciones coinciden con updates. Imposible evitarlos, pero puedes minimizar su impacto con timing inteligente.

El sector influye

Seguros (100%), Salud (67%) y Gubernamental (67%) lideran. Estilo de Vida (25%) y Redes Sociales (25%) son los más arriesgados.



¿Estás preparado para
migrar?



Tus próximos pasos

Checklist descargable (gratis)

Pídemelo y te lo mando

Newsletter SEO con más análisis

Recibe insights exclusivos y las últimas novedades suscribiéndote a #Espacio23

¿Tienes una migración planificada?

Puedo revisar tu caso en una sesión de diagnóstico inicial

mjcachon.com/contacto/



Contacto

MJ Cachón

Consultora SEO

Información de Contacto

Web personal: mjcachon.com

Agencia: laikateam.com

Estudio completo: migraciones.mjcachon.com

¿Dudas sobre este estudio? Escíbeme.

© 2026 MJ Cachón / Laika





MJ Cachón[®]

SEO PLAYMAKER

Gracias

Este estudio está disponible en migraciones.mjcachon.com

© 2026 MJ Cachón / Laika

