

Checklist de rediseño y migración web sin perder posicionamiento

Protocolo de control en 5 fases — inventario, arquitectura, redirecciones, publicación y los primeros 90 días — para que un rediseño no te cueste meses de tráfico orgánico.

5 fases de control

+40 verificaciones

Imprimible / editable

Cómo usar esta checklist: márcala fase por fase, en orden. La Fase 1 (inventario) es la base de todo lo demás — sin ella, no hay forma de distinguir después una caída normal de un daño real causado por el rediseño. No avances de fase sin cerrar la anterior.

1 Inventario previo — antes de diseñar nada

Lo que no se mide, no se protege. Esta fase produce el documento más importante de todo el proyecto.

- ☐ **Exportar de Search Console el listado de páginas con clics e impresiones** (rango máximo disponible, 16 meses)
Esta lista es tu conjunto de URLs "intocables" durante la migración.
- ☐ **Cruzar en GA4 qué páginas participan en conversiones**
Una página con poco tráfico pero alta conversión vale más que una con mucho tráfico y ninguna.
- ☐ **Extraer el inventario de posiciones:** qué keywords posicionan, en qué URL y en qué puesto
Es tu línea base para diferenciar después fluctuación normal de algoritmo vs. daño real.
- ☐ **Extraer el inventario de enlaces entrantes** (Ahrefs, Majestic o Semrush)
Identifica qué URLs concretas reciben enlaces externos de calidad que no puedes permitirte perder.
- ☐ **Rastrear la web completa** con Screaming Frog o Sitebulb: URLs indexables, encabezados, metadatos y enlazado interno
Esta foto es la referencia contra la que compararás la web nueva.

Entregable de esta fase: una hoja única con todas las URLs actuales, su tráfico, sus conversiones, sus keywords posicionadas y sus enlaces entrantes.

2 Decisiones de arquitectura con el inventario delante

Cada decisión de esta fase es irreversible después de publicar. Tómalas con datos, no con estética.

- ☐ **Confirmar si realmente hace falta cambiar las URLs**
La respuesta correcta la mayoría de las veces es NO. Conservar la estructura elimina de un plumazo el 80% del riesgo.
- ☐ **Si se cambian, justificar el motivo:** profundidad de clic excesiva, categorías que no reflejan demanda de búsqueda, o parámetros/IDs sin significado semántico
- ☐ **Cruzar el inventario de contenido con el diseño propuesto**
Si una página top 10 tiene 1.800 palabras y la plantilla nueva admite 400, ajusta la plantilla, no recortes el contenido que funciona.
- ☐ **Detectar canibalizaciones y decidir qué páginas se consolidan**
Dos o tres páginas compitiendo por la misma intención se fusionan en una; las demás se redirigen a la superviviente.
- ☐ **Verificar las tres condiciones antes de eliminar una página:** sin tráfico, sin conversiones y sin enlaces entrantes

3 El mapa de redirecciones

Obligatorio si cambias URLs. Se construye antes de publicar, nunca después.

- ☐ **Redirección 1 a 1:** cada URL antigua con tráfico, conversiones o enlaces tiene un destino específico y temáticamente equivalente — nada en bloque a la home
- ☐ **301, no 302** — la redirección permanente es la que transmite las señales de posicionamiento
- ☐ **Sin cadenas de redirecciones:** si A→B y luego B→C, actualizar para que A→C directamente
- ☐ **Destino relevante:** si no existe página equivalente, redirigir a la categoría superior, nunca a la home genérica

4 Checklist antes de pulsar publicar

Verificaciones que no llevan más de una hora y evitan la mayoría de los desastres.

- | | |
|--|---|
| ☐ robots.txt de producción sin Disallow: / | ☐ Títulos y meta descripciones migrados, no regenerados automáticamente |
| ☐ Ninguna etiqueta noindex heredada del entorno de pruebas | ☐ Datos estructurados implementados y validados |
| ☐ Canónicas apuntando a producción, no a staging | ☐ Enlazado interno reconstruido, en especial los enlaces contextuales del contenido |
| ☐ Mapa de redirecciones cargado y verificado sin cadenas ni bucles | ☐ GA4 y Search Console configurados y verificando datos |
| ☐ Sitemap XML regenerado con las URLs nuevas | ☐ Rendimiento medido y comparado con la versión anterior |
| ☐ Estructura de encabezados verificada: un solo H1, jerarquía sin saltos | ☐ SSL válido y redirección HTTP→HTTPS activa |
| | ☐ Páginas 404 personalizadas devolviendo código 404 real |

5 Los primeros 90 días — publicar no es terminar

Semana 1

- ☐ Enviar el nuevo sitemap en Search Console y solicitar indexación de páginas principales
- ☐ Revisar a diario el informe de cobertura buscando errores de rastreo nuevos
- ☐ Comprobar manualmente una muestra de redirecciones en producción

Semanas 2 a 4

- ☐ Comparar clics e impresiones contra el mismo periodo previo a la publicación
- ☐ Revisar el informe de páginas: si una URL con tráfico desaparece, investigar antes de que se consolide la pérdida
- ☐ Vigilar el informe de errores 404 en Analytics y en el servidor

Meses 2 y 3

- ☐ Confirmar que las posiciones se están estabilizando conforme Google procesa las redirecciones
- ☐ Si a los 90 días el tráfico sigue significativamente por debajo del nivel previo, diagnosticar como problema — no como ajuste pendiente

Señales de alarma que exigen diagnóstico inmediato: desaparición de URLs del índice (no solo fluctuación de posiciones), picos de errores 404 en URLs con tráfico histórico, o caída de tráfico que persiste más allá de la semana 4 sin explicación por estacionalidad.

! Referencia rápida: por qué caen las webs al rediseñarse

Causa	Por qué duele
Cambio de URLs sin redirecciones	La nueva URL empieza desde cero: sin historial, sin enlaces, sin señales acumuladas.
Redirecciones en bloque a la home	Google lo interpreta como un 404 blando cuando el destino no guarda relación con el origen; no hay transferencia de señales.
Pérdida de contenido ("simplificar")	Se recorta la señal que sostenía la posición, aunque estéticamente mejore.
robots.txt / noindex heredado del staging	Bloqueo de indexación que puede pasar semanas sin detectarse.

Ruptura del enlazado interno	Páginas que recibían autoridad interna quedan huérfanas y descienden.
Cambio de estructura de encabezados	El contenido sigue ahí, pero la señal de qué es importante desaparece.
Degradación del rendimiento	Themes y constructores visuales multiplican el peso de página.

Notas del proyecto / observaciones del equipo:

¿Vas a rediseñar y tu web ya recibe tráfico orgánico?

Antes de pedir presupuestos de diseño, conviene saber exactamente qué estás arriesgando. En SEO In House hacemos una revisión gratuita: qué URLs generan tu tráfico, qué páginas concentran enlaces, qué contenido sostiene tus posiciones y qué habría que conservar sí o sí en cualquier rediseño.

653 030 694 · seoinhouse.es/contacto · Sin permanencias, sin compromiso