



Cómo migrar su sitio web al dominio .eus

Versión: 1.1

Abril de 2015



Índice

Introducción	3
Pasos 3	
Tras la migración	7
Terminología	7
Vínculos complementarios	9
Más información	9

Introducción

El conjunto de extensiones de dominios existente hasta ahora cuenta con un nuevo miembro: .EUS. Es el dominio que representa al euskera y a la comunidad vascohablante, y ha despertado un gran interés en el escaso tiempo que lleva en funcionamiento. Pero dicho interés ha generado también una cierta inquietud entre algunos usuarios: por una parte, por el trabajo que supone el cambio de dominio, y, por otra, por la repercusión que pueda tener dicho cambio. Este documento pretende disipar dicha inquietud mostrando que empezar a utilizar el dominio .eus es muy fácil y que la migración no conlleva ningún efecto negativo. Esta guía muestra de forma general en qué consiste dicha migración, ya que cada sitio web tiene sus propias particularidades; de todos modos, los pasos que detallaremos aquí deberían servir para todos los sitios web.

En general, empezar a utilizar el dominio .eus es rápido y sencillo, pero, si desea mantener el posicionamiento de su sitio web en los motores de búsqueda, es preciso tener en cuenta algunas cuestiones para que el cambio se haga correctamente. Dicho posicionamiento hace referencia al lugar en el que aparecerá su sitio web en los resultados de una búsqueda realizada por un buscador como Google. Dicho de otro modo, qué posición ocupará su sitio web en la lista de resultados de la búsqueda. Para posicionarse correctamente es fundamental sacar el mayor provecho posible a los sitios web que posee en la red. Por ejemplo, si tiene más de un dominio para el mismo sitio web, es conveniente redirigir todas las visitas que recibe a un solo dominio.

Pasos

Para empezar a utilizar el dominio .eus, basta con transferir los ficheros de su sitio web actual al servidor en que se alojará dicho dominio y con redirigir a su servidor a aquellos que intenten acceder a su dominio mediante la configuración DNS⁽¹⁾ (en la mayoría de los casos, son los registradores los responsables de preparar la configuración DNS). Sin embargo, eso no sería lo más adecuado si lo que quiere es mantener el posicionamiento de su sitio web.

En primer lugar, tenga en cuenta que, en las migraciones, conviene hacer el menor número de cambios posible. Es decir, no es conveniente cambiar de dominio y de sitio web al mismo tiempo, ya que en ese caso el cambio resulta más complejo. Es mejor hacer un solo cambio cada vez, para poder revisar más fácilmente el cambio e identificar los aspectos que puedan ir mal.

Por otra parte, antes de migrar, conviene que el fichero sitemap.xml⁽²⁾ actualizado, que da cuenta de la estructura del sitio web, se encuentre accesible en el servidor durante un tiempo, y conviene también informar a los buscadores sobre la existencia de dicho fichero (por ejemplo, a través de Google Webmaster

Tools⁽³⁾). De ese modo, los buscadores conocerán la estructura del sitio web, lo que resulta de gran ayuda para indexar las páginas del dominio antiguo⁽⁴⁾. Ello asegurará que, al migrar al dominio .eus, el posicionamiento se mantenga más fácilmente. Por otra parte, es preciso tener en cuenta que la migración es un proceso que debe hacerse lentamente, sin prisa, poniendo atención en cada uno de los pasos, para que se complete correctamente. Así reduciremos el tiempo necesario para corregir los errores que puedan producirse durante dicho proceso.

A continuación, detallaremos los pasos que deben seguirse para realizar la migración. Al final del documento (en el apartado "Terminología") hemos recogido varios conceptos a los que se hace mención en los pasos que deben completarse para realizar la migración, así como información complementaria sobre las acciones que se mencionan en dichos pasos (en los apartados "Vínculos complementarios" y "Más información").

1. Documentar la estructura de tu sitio web, para conocer sus apartados, páginas y ficheros (audio, vídeo, etc.). Así, una vez completada la migración, contará con una referencia, que le permitirá comprobar si todo ha ido bien.

2. Recabar la información siguiente utilizando herramientas como Google Webmaster Tools y Google Analytics⁽⁵⁾:

- Cuáles son las páginas de su sitio web que reciben más visitas
- A qué páginas se dirigen los vínculos que parten de otros sitios web al suyo
- Cuál es el vínculo a través del cual llegan más visitas desde otros sitios web al suyo
- Cuáles son las páginas que están indexadas
- La clasificación de sus palabras clave⁽⁶⁾.

3. Durante la migración, se producirán algunos errores de tipo 404 (Not Found)⁽⁷⁾. Crea la página personalizada que debe aparecer cuando ocurran los errores de tipo 404 (a fin de que no aparezca el mensaje de error por defecto creado por el servidor), de forma que informe del error al visitante y, lo que es más importante, ofrezca algunos vínculos que le permitan acceder a otros apartados de su sitio web. De ese modo, el visitante podrá seguir utilizando la página web mientras se soluciona el problema.

4. Todavía no hemos introducido ningún cambio en el dominio. Antes de hacerlo, haga una copia de seguridad de su sitio web, para poder volver atrás si ocurre algo.

5. Añada un fichero robots.txt⁽⁸⁾ en el lugar en que está situado el nuevo

dominio, para que los buscadores no muestren el sitio web en sus resultados. Dicho fichero permanecerá ahí hasta que se complete la migración. Así, los buscadores no tendrán en cuenta los cambios hasta que sean definitivos. Situaremos el fichero robots.txt en la raíz del lugar en que se encuentran los ficheros del sitio web. Con este contenido, conseguiríamos que los buscadores no mostraran el nuevo dominio en sus resultados:

```
User-agent: *
```

```
Disallow: /
```

6. Configure Google Analytics para el nuevo dominio. La mejor solución es utilizar en el nuevo dominio el mismo código de seguimiento utilizado en el antiguo. Eso le permitirá comparar los datos de los dos dominios. Del mismo modo, añada a la página personalizada que aparecerá cuando ocurra el error de tipo 404 el código necesario para que Google Analytics realice el seguimiento. Así, cuando a un usuario se le muestre esa página, usted podrá analizar mediante Google Analytics cuándo ha ocurrido el error y qué vínculo lo ha producido, por lo que dará más fácilmente con el problema.

7. Si, en el código del sitio web, utiliza un vínculo absoluto para acceder a un determinado apartado del sitio web (por ejemplo, si para acceder al apartado noticias, escribe `www.midominio.com/noticias`, en lugar de `/noticias`), cambie dichos vínculos y ponga un vínculo relativo (`/noticias`). Si no se puede, actualice los vínculos absolutos en el nuevo dominio.

8. Ponga en marcha las redirecciones 301⁽⁹⁾ del dominio antiguo al nuevo. En la medida de lo posible, conviene que las redirecciones tengan una relación 1:1, es decir, que cada una de las páginas del dominio antiguo se redirija a una página del nuevo o, si esto no es posible, a una página con un contenido similar. Dicho de otro modo, no conviene redirigir todas las páginas del dominio antiguo a la página de inicio del nuevo. También es recomendable no hacer todas las redirecciones a la vez, sino por partes, y ver así si se produce algún error. Hay varios modos de hacer las redirecciones 301, pero en esta guía lo haremos a través del fichero `.htaccess`. Dicho fichero debe estar en la raíz de la carpeta que contenga los ficheros del dominio antiguo (puede que el fichero esté ya creado). Para que la redirección sea efectiva, es preciso añadir el siguiente contenido al fichero `.htaccess` (así, cuando acceda a una dirección del dominio antiguo, lo hará en el nuevo):

```
RewriteEngine on
```

```
RewriteCond %{HTTP_HOST} ^www.antiguodominio.com [NC,OR]
```

```
RewriteCond %{HTTP_HOST} ^antiguodominio.com [NC]
```

```
RewriteRule (.*) http://www.nuevodomino.eus/$1 [R=301,L]
```

9. Una vez establecidas las redirecciones 301 y tras asegurarse de que Google Analytics recoge la información del nuevo dominio y que el sitio web se comporta adecuadamente, comunique a los buscadores el cambio de dominio, utilizando para ello Google Webmaster Tools u otra herramienta similar.

10. Elimine el fichero robots.txt que añadió al principio del proceso, para que los buscadores empiecen a indexar el nuevo dominio.

11. Cargue en el servidor el fichero sitemap.xml , que describe la estructura de su sitio web, y comuníquese a los buscadores utilizando para ello Google Webmaster Tools u otra herramienta similar.

En ese momento, los visitantes que se dirijan al dominio antiguo serán redirigidos al dominio .eus, y los buscadores conocerán la existencia del nuevo dominio. A partir de ese momento, los buscadores comenzarán a indexar su nuevo dominio. Para facilitar ese paso, conviene actualizar la información que aparece en los otros sitios web, a fin de que tanto los buscadores como los visitantes tomen como referencia su dominio .eus y no el dominio antiguo.

12. Actualice la dirección que utiliza en los perfiles de sus redes sociales, y coloque el nuevo dominio. Al mismo tiempo, informe a sus seguidores en las redes sociales que cuenta con un nuevo dominio. Asegúrese de que aparece el nuevo dominio, y no el antiguo, en la información de las firmas de sus mensajes electrónicos, así como en sus documentos corporativos y en otros similares. Por último, si tiene alguna campaña de márketing en la red —por ejemplo, con Google Adwords—, actualice la dirección.

13. Repase los vínculos de los sitios web externos que se redirigen a su sitio web (es la información recopilada en el 2.º paso) y, siempre que sea posible, pida a los administradores de dichos sitios web que actualicen los vínculos. De ese modo, los visitantes que hagan clic en el vínculo accederán a su nuevo dominio. Puede que sean muchas las personas con las que deba ponerse en contacto para realizar todos esos cambios. Por lo tanto, si no quiere o no tiene tiempo de hacerlo, dé preferencia, por una parte, a los administradores de los sitios web que atraen más tráfico y, por otra, a aquellos con los que tiene una relación más cercana. Los primeros le serán de gran ayuda para convertir en referente a su nuevo dominio. En cuanto a los segundos, puesto que tiene un trato de confianza con ellos, le resultará fácil pedirles el favor de que hagan el cambio. Finalmente, en cuanto a los vínculos que no pueda cambiar, asegúrese de que el visitante pueda llegar al nuevo sitio web, es decir, de que no ocurren errores.

Una vez cumplidos esos pasos, quedaría completada la migración al dominio .eus.

Tras la migración

Una vez realizada la migración, debe monitorizarse el comportamiento del sitio web, para asegurarse de que funciona con normalidad. Lo habitual es que disminuya el número de páginas indexadas del dominio antiguo y que aumente el de las del nuevo. Una vez realizado dicho cambio, los datos de indexación del nuevo dominio deberían coincidir con los datos que tenía el dominio antiguo antes de la migración.

Una vez completada la migración, deben revisarse mediante Google Webmaster Tools los errores de tipo 404 que se hayan producido en el sitio web y, a ser posible, arreglarlos. La migración debería realizarse correctamente siguiendo los pasos que hemos detallado. De todos modos, para saber si algo ha ido mal, tenga en cuenta los siguientes indicadores: el descenso brusco del tráfico recibido por el sitio web, el descenso del número de páginas indexadas, el descenso del ranking de las palabras clave, el aumento de los errores de tipo 404 y que el nuevo dominio no se indexe. Ante un problema de ese tipo, revise los pasos anteriores y asegúrese de que las redirecciones funcionan bien y de que los buscadores pueden acceder al sitio web.

Finalmente, conviene seguir utilizando el dominio antiguo durante un tiempo (aunque esté redirigido al dominio .eus), por una parte para permitir a los visitantes conocer el dominio nuevo y permitirles llegar a él aunque se confundan, y, por otra, para dar tiempo para trasladar al dominio nuevo las páginas indexadas y el posicionamiento. Recomendamos mantener el dominio antiguo al menos durante 6 meses (no es necesario abandonarlo una vez transcurrido ese tiempo), pero dicho plazo puede cambiar en función del tamaño del sitio web.

Terminología

- (1) DNS: El sistema Domain Name System es una especie de índice de los nombres de dominio. Cada dominio tiene su propia configuración DNS, y dicha configuración indica en qué servidor puede accederse al dominio, si tiene o no un subdominio, qué servidor gestiona en su caso el correo del dominio, etcétera. Dicha configuración es necesaria, ya que de otro modo el dominio no sería accesible.
- (2) Sitemap.xml: Es un fichero de formato XML, que describe la estructura de un sitio web. En él se detallan todas las páginas que contiene un sitio web. Los motores de búsqueda lo toman como referencia para indexar el sitio web.
- (3) Google Webmaster Tools: Es un servicio gratuito que nos ofrece información sobre nuestro sitio web. Ofrece la visualización de los robots de Google.

Gracias a este servicio, podemos saber cómo ven los robots nuestro sitio web (si contiene errores, cuál es su nivel de indexación, etcétera) y con qué frecuencia acuden a indexarlos. Además, permite cargar el fichero sitemap.xml para mejorar la indexación, y comprobar el correcto funcionamiento del fichero robots.txt. Para empezar a utilizar el servicio, basta con darse de alta (es gratuito) y añadir nuestro dominio. Google Webmaster Tools nos ayuda a controlar y mejorar el rendimiento de nuestro sitio web en Google. Si queremos ver el rendimiento que tenemos en otros motores de búsqueda, deberemos utilizar la herramienta proporcionada para ello por dichos buscadores (por ejemplo, si queremos mejorar nuestro rendimiento en el buscador Bing, deberemos utilizar Bing Webmaster Tools).

- (4) Indexación: Los motores de búsqueda utilizan robots para conocer los sitios web que existen en la red y para saber qué contenidos ofrecen. Para ello, indexan los contenidos de dichos sitios y los añaden a una lista (una especie de índice). Ese índice se utiliza para conseguir los resultados de las búsquedas. Por ello, conviene que los motores de búsqueda tengan indexadas las páginas del sitio web, ya que en caso contrario no se mostrarán en los resultados.
- (5) Google Analytics: Es el servicio que ofrece Google para hacer el seguimiento del comportamiento de los visitantes de un sitio web. Permite saber qué páginas visitan, cuánto tiempo pasan en cada página, cuántas visitas recibe un sitio web, etcétera. Para recopilar esa información, además de darnos de alta en el servicio (es gratuito), debemos añadir una parte del código en cada una de las páginas de nuestro sitio web.
- (6) Palabras clave: Son las palabras que definen la actividad de un determinado sitio web. Por ejemplo, las palabras clave de una tienda que vende bicicletas podrían ser BH, Orbea, bicicleta y material de bicicleta. Cuando busquemos una de esas palabras clave, es importante que el sitio web se encuentre bien situado entre los resultados de los buscadores.
- (7) Error 404 Not Found: Es el error que se produce al intentar visitar una página que no existe o que no puede encontrarse en un sitio web. Es un error bastante común, que se produce sobre todo cuando se comete un fallo al escribir de memoria una dirección. Si al hacer la migración hay algún error en alguna de las redirecciones, se produce un error de ese tipo.
- (8) Robots.txt: Mediante este fichero, podemos decir a los robots que indexan sitios web que no indexen el sitio entero o una parte de él. Además, permite aplicar esa restricción tanto a un solo robot (por ejemplo, a Googlebot, el robot de Google) como a todos los robots. Luego, ellos pueden decidir si acatan o no a nuestra orden, pero los robots de búsqueda, normalmente, suelen acatarlas.

(9) *Redirecciones 301*: Se utilizan en los servidores Apache para redirigir a otra dirección (del mismo dominio o de otro) a un visitante que ha intentado acceder a un sitio o página web. Si su servidor no es Apache, deberá utilizar alguna redirección similar que funcione en su servidor. Se supone que las redirecciones 301 son permanentes. Por lo tanto, serán tenidas en cuenta por los buscadores y, en los resultados de las búsquedas, tendrán en cuenta no la dirección a la que ha intentado acceder el visitante sino la dirección a la que se ha accedido tras la redirección.

Vínculos complementarios

- [Cómo crear un fichero Sitemap.xml](#)
- [Google Analytics](#)
- [Puesta en marcha de Google Analytics](#)
- [Cómo conseguir información sobre el tráfico mediante Google Analytics \(en inglés\)](#)
- [Google Webmaster Tools](#)
- [Una guía para aprender a manejar Google Webmaster Tools \(en inglés\)](#)
- [Guía para crear una página propia de errores 404](#)
- [Cómo crear un fichero Robots.txt \(en inglés\)](#)
- [Cómo hacer redirecciones 301 \(en inglés\)](#) El segundo paso que se detalla en la guía.
- [Comuniqué a Google Webmaster Tools que ha cambiado de dominio](#)

Más información

- http://www.slideshare.net/jl_picard/migracin-web-a-dominios-eus
- <http://moz.com/blog/web-site-migration-guide-tips-for-seos> (en inglés)
- <http://www.tentacleinbound.com/articles/website-domain-migration-guide>



(en inglés)

- <http://searchenginewatch.com/sew/news/2067216/the-step-site-migration-process> (en inglés)