



ES

CONSEJO DE DIRECCIÓN
107^a sesión
Roma, 27-29 mayo 2026

UNIDROIT 2026
C.D. (107) 28
Original: Inglés¹
Abril 2026

Punto No. 14 del orden del día: estrategia de comunicación digital y difusión en redes sociales

(preparado por la Secretaría)

<i>Resumen</i>	<i>Descripción de las actividades realizadas en el sitio web de UNIDROIT y en sus canales de redes sociales</i>
<i>Medidas que deben adoptarse</i>	<i>Se invita al Consejo de Dirección a tomar nota de las actividades de la Secretaría, a considerar el apoyo a sus iniciativas en este ámbito y a pronunciarse sobre la mejora de la presencia digital del Instituto.</i>
<i>Documentos relacionados</i>	UNIDROIT 2025 - C.D. (105) 30 ; UNIDROIT 2025 - C.D. (105) 31 ; UNIDROIT 2024 - C.D. (103) 22 ; UNIDROIT 2021 - C.D. (100) B.19 ; UNIDROIT 2021 - C.D. (100) B.23

I. INTRODUCCIÓN

1. De conformidad con los objetivos anunciados durante el 100^o período de sesiones del Consejo de Dirección de UNIDROIT, la presencia digital de UNIDROIT sigue desempeñando un papel central en la difusión de las actividades del Instituto y en el refuerzo del impacto de sus instrumentos a través de sus dos canales digitales: el sitio web y las páginas en redes sociales.

II. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

2. La Secretaría ha venido aplicando la Estrategia de Comunicación Digital 2025-2026 con el objetivo de aumentar la visibilidad mundial y el alcance del Instituto, y de garantizar la aplicación coherente de su identidad de marca y su narrativa institucional en todas las plataformas digitales. La Estrategia se ha ampliado hasta convertirse en un marco integral de comunicación digital que aprovecha tanto las plataformas de redes sociales como el sitio web para reflejar las necesidades evolutivas del Instituto.

3. Con el fin de apoyar la conmemoración del centenario de UNIDROIT, la Secretaría también ha estado aplicando su estrategia de comunicación digital específica para el Centenario. Entre las principales iniciativas previstas, el Instituto ha desarrollado productos promocionales y artículos de marca que incorporan el logotipo del centenario, y ha introducido Directrices oficiales sobre el uso del logotipo destinadas al personal, los socios externos y los colaboradores, garantizando una

¹ Los enlaces del presente documento remiten a documentos disponibles únicamente en inglés.

aplicación coherente y precisa de la identidad visual de UNIDROIT en todos los materiales de comunicación y promoción. Asimismo, se ha preparado una serie de folletos y materiales relacionados con el Centenario para su publicación en línea, en los que se destacan distintos aspectos de la historia, los logros y el trabajo en curso del Instituto.

III. SITIO WEB

4. El sitio web de UNIDROIT sirve tanto de canal principal de comunicación como fuente integral de información y noticias sobre los instrumentos normativos del Instituto y las actividades llevadas a cabo en la ejecución de su mandato. La Secretaría ha seguido mejorando su funcionalidad y garantizado la coherencia entre las distintas áreas de contenido.

5. Además, se ha creado una sección dedicada al Centenario para presentar las iniciativas y actividades previstas. Esta sección incluye información sobre los comités temáticos del Centenario, las líneas de trabajo y los expertos colaboradores, así como sobre eventos tales como conferencias y talleres, presentados mediante un calendario. También incorpora una cuenta regresiva para la celebración del Centenario, junto con contenidos que destacan los próximos eventos y la historia de UNIDROIT. El sistema de navegación mejorado, integrado en la estrategia general de comunicación digital, ha contribuido al aumento del tráfico mundial del sitio web y a la participación de los usuarios pertenecientes a públicos diversos.

6. En 2025, la mayoría de los usuarios del sitio web de UNIDROIT se encontraban en los Estados Unidos de América (más del 20%), India (7,5%), el Reino Unido (7%), Francia e Italia (aproximadamente un 5% cada uno) y China (4,5%). Las páginas web más consultadas fueron las relativas al Programa de Becas, Prácticas e Investigación de UNIDROIT y las secciones de miembros y visión general. Entre los instrumentos del Instituto, las páginas más visitadas fueron las dedicadas a los Principios de UNIDROIT sobre los contratos comerciales internacionales (por sus siglas en inglés: UPICC) de 2016 y a las cláusulas modelo, seguidas del Convenio relativo a las garantías internacionales sobre elementos de equipo móvil y sus Protocolos, el Convenio de UNIDROIT de 1995 sobre los bienes culturales robados o exportados ilícitamente, y los Principios de UNIDROIT sobre los activos digitales y el Derecho privado.

IV. REDES SOCIALES

7. La presencia de UNIDROIT en las redes sociales continúa creciendo, con la Secretaría persiguiendo los siguientes objetivos: (i) reforzar la proyección pública de UNIDROIT y la visibilidad en línea de sus proyectos en curso; (ii) promover los próximos eventos y fomentar la participación de las partes interesadas pertinentes; (iii) permitir que investigadores, profesionales visitantes, pasantes y otras partes interesadas establezcan vínculos entre sí y mantengan una conexión con UNIDROIT; (iv) servir como canal dinámico de comunicación con la comunidad global interesada en la labor de UNIDROIT; y (v) permitir a UNIDROIT difundir ampliamente vacantes y oportunidades de prácticas y becas. Cabe destacar que UNIDROIT implementa su estrategia de redes sociales de manera orgánica, sin asistencia externa y, por tanto, con un coste marginal para sus Estados miembros.

8. UNIDROIT mantiene actualmente cuentas en [LinkedIn](#) (desde 2016), [Facebook](#) (desde 2016), [X](#) (anteriormente Twitter, desde 2018), y [YouTube](#).

9. Con el fin de reforzar aún más su presencia digital y su alcance, la Secretaría comparte regularmente en redes sociales todas las noticias publicadas en el sitio web, junto con contenido adicional destinados a promover eventos organizados por el Instituto o en colaboración con universidades, organizaciones internacionales afiliadas y socios individuales. Asimismo, comparte publicaciones pertinentes de instituciones asociadas relacionadas con iniciativas conjuntas. Todas las publicaciones van acompañadas de imágenes o vídeos pertinentes, producidos por UNIDROIT o

procedentes de materiales libres de derechos. Además, cada publicación incluye un enlace al sitio web de UNIDROIT, lo que contribuye al aumento del tráfico y la participación de los usuarios.

10. La presencia de UNIDROIT en YouTube continúa expandiéndose, incluyendo grabaciones de presentaciones realizadas en el Instituto y en eventos externos, tales como conferencias, concursos de *moot court* (concursos de tribunales simulados) y cursos de verano, así como contenido promocional sobre los instrumentos y actividades de UNIDROIT. En 2025, se puso en marcha una nueva iniciativa de vídeos con el objetivo de mejorar la accesibilidad de los principales instrumentos del Instituto mediante contenidos explicativos breves y estructurados. La serie de vídeos "[UNIDROIT Instruments Explained](#)" (Los Instrumentos de UNIDROIT de Explicados) está prevista que comprenda 15 vídeos, de los cuales los cinco primeros ya han sido publicados, incluyendo entregas sobre el Convenio relativo a las garantías internacionales sobre elementos de equipo móvil y el Protocolo aeronáutico, la Ley modelo CNUDMI- UNIDROIT sobre resguardos de almacenaje, la Guía legislativa sobre la liquidación bancaria, el Convenio de UNIDROIT de 1995 sobre los bienes culturales robados o exportados ilícitamente y los Principios de UNIDROIT sobre los activos digitales y el Derecho privado. Otros cuatro se encuentran actualmente en producción y se publicarán en los próximos meses, mientras que los restantes está previsto que sean publicados antes de finales de 2026. El canal de YouTube de UNIDROIT cuenta actualmente con 114 vídeos, cifra que se prevé que aumente significativamente en consonancia con la Estrategia de Comunicación Digital actualizada y el desarrollo de la nueva serie de vídeos.

V. INDICADORES DE RENDIMIENTO

11. Los tres indicadores clave de rendimiento de la estrategia de comunicación digital del Instituto son: (i) el número de seguidores; (ii) el alcance del programa de redes sociales (el número total de personas que ven el contenido de UNIDROIT en redes sociales); y (iii) el número de derivaciones al sitio web de UNIDROIT. Desde su lanzamiento, la difusión de UNIDROIT en redes sociales ha superado las expectativas en los tres indicadores clave de rendimiento, como lo demuestra el crecimiento sustancial en el número de seguidores, las tasas de interacción y las derivaciones. A 27 de marzo de 2026, el Instituto contaba con más de 46.000 seguidores en LinkedIn (frente a 38.000 en 2025), 6.500 seguidores en Facebook (frente a 6.200 en 2025), 2.519 seguidores en X (frente a 2.400 en 2025) y 850 suscriptores en YouTube (frente a 712 en 2025). En LinkedIn, se ha observado un aumento del 32% en términos de interacción y comentarios realizados por los seguidores.

12. Los canales de redes sociales de UNIDROIT tienen un alcance mundial y abarcan diversos perfiles demográficos. En los últimos 12 meses, el contenido de UNIDROIT apareció en los *feeds* de noticias más de 1.280.317 veces en LinkedIn y 107.000 veces en Facebook. Las redes sociales han sido de manera constante la principal fuente de derivaciones al sitio web (sin contar los motores de búsqueda). Más de 5.000 visitas al sitio web de UNIDROIT procedieron de sus páginas de redes sociales, lo que reafirma su importancia para la promoción de las actividades de UNIDROIT.

13. UNIDROIT también continúa operando su Programa de Prácticas en Comunicación Digital (anteriormente Programa de Prácticas en Redes Sociales), ampliado en consonancia con su estrategia y actividades para reflejar el alcance más amplio de su labor. En 2025, el Programa acogió a cinco pasantes que apoyaron a la Secretaría en la producción de contenidos para los canales digitales del Instituto, contribuyendo a la implementación de sus estrategias de comunicación y a la promoción de eventos y actividades.

VI. MEDIDAS QUE DEBEN ADOPTARSE

14. *Se invita al Consejo de Dirección a tomar nota de las actividades de la Secretaría, a considerar el apoyo a sus iniciativas en este ámbito y a pronunciarse sobre la mejora de la presencia digital del Instituto.*