



## **“De Vuelta a Casa” gana León de Plata en Cannes**

- *Proyecto costarricense de la marca Imperial destaca en el festival publicitario más importante del mundo.*

**San José, 18 de junio, 2025.** Del 16 al 20 de junio se festeja la 72.ª edición del Festival Internacional de la Creatividad Cannes Lions, un evento anual que celebra la excelencia creativa en la industria de la publicidad y la comunicación. “De Vuelta a Casa”, el proyecto de Imperial y FIFCO desarrollado por la agencia interna Joystick, ganó un “León de Plata” en dicho festival, en la categoría de Relaciones Públicas de Market Disruption, compitiendo contra 1531 campañas.

Adicional, obtuvo 2 shortlist (primera selección de proyectos relevantes y de impacto para cada categoría): Corporate Purpose y Social Responsibility en la categoría de Relaciones Públicas y Data Technology, en la categoría de Direct.

“De Vuelta a Casa” nace ante el problema global de la extracción de conchas marinas por parte del turismo, que pone en riesgo los ecosistemas marinos. En Costa Rica, cada año se decomisan alrededor de 6 toneladas de conchas en los aeropuertos, que hasta hace poco eran enterradas debido a la imposibilidad de identificar con precisión su región de origen. Conscientes de esta necesidad, Imperial y FIFCO como parte de su visión de sostenibilidad expansiva, implementaron junto con la Universidad de Costa Rica, AERIS y el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) una aplicación de inteligencia artificial capaz de determinar, a partir de una sola fotografía, si una concha proviene del Caribe o del Pacífico. Esta herramienta, entrenada con más de 18.500 imágenes, alcanza una precisión superior al 90% y permite devolver las conchas a su ecosistema natural sin comprometer la salud del océano.

Imperial liberó el modelo de inteligencia artificial como código abierto, disponible para que gobiernos, investigadores y organizaciones ambientales puedan implementarlo en otras regiones del mundo.

El proyecto estuvo a cargo de la agencia creativa Joystick, de FIFCO que tiene apenas 3 años en el mercado. *“Joystick nació para devolverle el control a la creatividad y que permee todo lo que hacemos. Este premio tiene un valor inmenso: representa 3 años de trabajo, pero, sobre todo, celebra el talento extraordinario que compone Joystick. Son esas personas las que nos impulsan a crecer a un ritmo incomparable, a hacer que la creatividad trascienda y que hoy podamos representar a Costa Rica en Cannes. Este es solo el comienzo. Llevamos en alto el nombre de la compañía más relevante del país y seguiremos haciéndolo.”*, expresó Fernando Hidalgo, director general creativo de Joystick.



Este reconocimiento en Cannes Lions valida la capacidad de la tecnología y la creatividad como una herramienta para fortalecer la sostenibilidad. *“El impacto de este proyecto ha sido destacado una vez más. Hemos celebrado, entre otros logros, haber diseñado una solución, materializarla, devolver las primeras conchas a su hogar y representar al país en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre los Océanos. Nos emociona ver cómo Imperial sigue resaltando el “Pura Vida” de Costa Rica, cómo la creatividad centroamericana recibe el reconocimiento que merece y cómo el poderoso mensaje de “De Vuelta a Casa” continúa inspirando a más personas.”*, Fabián Loría, líder del proyecto.

### **Resultados del proyecto “De Vuelta a Casa”**

- + de 70.400 conchas clasificadas (sumando el último voluntariado realizado en junio 2025).
- + de 36.000 conchas devueltas al mar.
- + de 5 billones de *earned impressions* (alcance obtenido a través de contenido generado por terceros).
- + de \$5 millones en *PR value*.
- Cobertura mediática en + de 75 países y 5 continentes.

Con [‘De Vuelta a Casa’](#), FIFCO e Imperial consolidan su compromiso con la sostenibilidad expansiva, basada en ciencia aplicada, alianzas intersectoriales y participación ciudadana. Cada concha cuenta, cada acción nos acerca a océanos más sanos, vivos y resilientes.

### **Acerca de FIFCO**

*Es una empresa de bebidas y alimentos con 117 años de trayectoria, tiene operaciones en Costa Rica, América Central, República Dominicana, México, y Estados Unidos, 5 plantas de producción y 13 centros de distribución. Posee 3 divisiones de negocio que incluyen “Florida Bebidas” (alimentos y bebidas), “FIFCO Hospitalidad” (sector inmobiliario) y “FIFCO Retail” (ventas al detalle). Exporta a más de 10 países en todo el mundo y cuenta con un portafolio de más de 2.000 productos.*