Premios Eikon 2025

Categoría 18.2: Publicaciones Institucionales - Brand Film

Capítulo: PyMes

Región: Argentina

Título del programa: Escalón UPA: “Un Escalón, Lo Cambia Todo”

Nombre de la compañía o institución: El Limón S.R.L.

Área: Dirección de Responsabilidad Social

Persona/s responsable/s de la presentación del caso:

María Florencia Haro

Descripción conceptual sintética

"Escalón UPA: Un Escalón, Lo Cambia Todo" es un cortometraje documental que destaca la iniciativa de inclusión social de El Limón S.R.L. a través de la implementación del Escalón UPA en la Línea 130, visibilizando la problemática de la accesibilidad en el transporte público y promoviendo una movilidad más humana y digna para todos, mientras refleja los valores y el compromiso de la empresa con la comunidad.

Introducción

Subirse a un colectivo puede ser una acción automática para muchos, pero para miles de personas en San Miguel de Tucumán, representa un desafío diario lleno de obstáculos. Veredas rotas, cordones altos, rampas inexistentes y la falta de educación vial que obliga al transporte público a detenerse en doble fila, lejos del cordón. Estos malabares convierten el acto de subir al colectivo en una odisea. Para los adultos mayores, personas con discapacidad, embarazadas o niños pequeños, esa distancia adicional es muchas veces insalvable.

El sistema UPA —Unidad Plegable de Acceso— surgió para eliminar esa barrera. En alianza con El Limón S.R.L., la iniciativa fue transformada en una solución concreta: un escalón adicional, accesible y seguro, que hoy ya funciona en unidades de las líneas 130 y 118. Para amplificar el mensaje de inclusión, se desarrolló un corto que narra esta historia con emoción, sensibilidad y propósito.

Presentación de la empresa

La historia de El Limón S.R.L. comienza con Vicente Haro, un español que sentó las bases del transporte público en la familia Haro. Desde su humilde comienzo como conductor, Vicente trabajó incansablemente hasta

convertirse en propietario de las líneas 9 (General Belgrano S.R.L.) y 17 (El Cóndor S.R.L.). Su legado intachable fue fundamental para la consolidación de una plataforma sólida en el transporte público en Tucumán.

Cuando Vicente se jubiló, su hijo Julio le pidió que vendiera las empresas y comenzara una nueva etapa. Con la enseñanza y el aprendizaje que su padre le había inculcado, Julio Haro, fundó la línea 118 y posteriormente la línea 130, que hoy presta servicios en Tafí Viejo, provincia de Tucumán, cubriendo dos sectores importantes: la Ruta 9 y el Camino del Perú.

Con más de seis décadas de experiencia en el rubro, Julio Haro ha dedicado su vida al transporte público, comenzando desde su formación con su padre Vicente. Desde que fundó la línea 118 y la línea 130, han pasado tres décadas de trabajo arduo y dedicación. Julio, no estuvo solo en este emprendimiento. Junto a sus hermanos, trabajó arduamente para construir la línea 118, que con el tiempo se convirtió en una empresa en constante crecimiento. En su mejor momento, la flota de las líneas 118 y 130 alcanzó las 60 unidades, pero la crisis de la pandemia del COVID - 19 redujo significativamente su flota a un 40%.

Sin embargo, lo que destaca a El Limón S.R.L. es su compromiso con sus empleados. Durante la pandemia, cuando muchos servicios de transporte público se vieron afectados, El Limón S.R.L. se destacó por ser una de las pocas empresas que pudo mantener los salarios de sus choferes y sus familias, a pesar de la ausencia de usuarios y la incertidumbre económica.

Esta vocación comunitaria se refleja no solo en la prestación de un servicio esencial, sino también en una red permanente de colaboración social, forjada en la educación y los valores inculcados por Vicente Haro a sus hijos Julio, y sus hermanos. Estos valores han sido transmitidos a la

siguiente generación, y hoy María Florencia Haro, hija de Julio, es la continuadora de esta tradición de solidaridad y ayuda social. Educada con los mismos valores que su abuelo Vicente y heredados por su padre Julio, María Florencia es la ideóloga detrás de los programas de ayuda social que se llevan adelante a través de la empresa de transporte público de la familia, El Limón S.R.L, demostrando el compromiso de la familia Haro con la comunidad y su vocación por generar un impacto positivo en la sociedad.

Para conocer la historia de la voz de Julio Haro, viste el siguiente enlace: https://vimeo.com/1093586673/646fae3ff5

Propuesta

Planteo y Diagnóstico

Hablar de movilidad accesible también es hablar de derechos, de dignidad y de sensibilidad social. Con la premisa de que la inclusión se construye día a día, desde El Limón S.R.L. se buscó promover una movilidad pública más humana. Los desniveles de la ciudad y la altura de las unidades no siempre son compatibles con los usuarios del transporte público. Si se suman las limitaciones físicas que enfrentan por diferentes patologías, el uso de un colectivo deja de ser un beneficio, para ser un desafío.

La creación del Escalón UPA trae una solución para acortar la brecha entre el piso y los colectivos. Promover esta acción mediante un corto audiovisual, ayuda a visibilizar la problemática que enfrenta la población de Tucumán y a sensibilizar a otros empresarios del rubro para que entiendan que “Un Escalón, Lo Cambia Todo”.

Objetivo de la campaña

Contar desde una mirada humana el impacto social de UPA en la Línea 130 de El Limón S.R.L., visibilizando a quienes enfrentan a diario la exclusión silenciosa que las calles de la ciudad y el transporte imponen, y destacar cómo Línea 130, con su compromiso y liderazgo, está marcando el camino hacia una movilidad más accesible e inclusiva, demostrando que “Un Escalón, Lo Cambia Todo”

Estrategia Comunicacional

La estrategia de comunicación para "Escalón UPA: Un Escalón, Lo Cambia Todo" se centra en visibilizar la problemática de la accesibilidad en el Transporte público y destacar el impacto social del Escalón UPA en la comunidad, a través de un corto audiovisual que narra la historia de inclusión y empatía de la Línea 130, pionera en implementar esta

innovadora solución en sus unidades, demostrando su compromiso con la accesibilidad y la dignidad de todos los usuarios. Las acciones de difusión estarán bajadas en los Anexos y en el siguiente link: https://lnk.bio/escalonupa

Estrategia Audiovisual y Ejecución

El film se construyó sobre los siguientes pilares:

- **Narrativa histórica**: muestra ejemplificadora de la necesidad del Escalón UPA en el transporte público.
- **Narrativa testimonial**: testimonios reales de usuarios, choferes de la línea 130 de la empresa El Limón S.R.L. y referentes institucionales.
- **Imágenes cotidianas**: escenas del uso diario del escalón, en las unidades de la línea 130, con enfoque en el beneficio que aporta a adultos mayores, personas con discapacidad, niños, entre otros.
- **Refuerzo institucional**: presencia del logo en las unidades de la línea 130, frase identificativa “Te hacemos UPA” y reconocimientos obtenidos.

Se tomó como referencia la experiencia de una usuaria, que llegó a oídos de María Florencia Haro, responsable del área de Responsabilidad Social de la empresa El Limón S.R.L, quien escuchó a la creadora del Escalón UPA, Lorena Gutiérrez, una docente de Tucumán, que tomó la iniciativa disruptiva de proponer a la línea de colectivo 130, la inclusión de un peldaño mecánico extra en las unidades para facilitar el ascenso y descenso de los pasajeros con movilidad reducida.

Las redes sociales fueron una herramienta de éxito para promocionar este accionar en las unidades de la línea 130 de El Limón S.R.L. Se pudo acceder a testimoniales, a mostrar de primera mano el impacto positivo de la incorporación del Escalón UPA.

La creación de un corto audiovisual ayudará a promover los objetivos de la campaña en diferentes líneas de colectivos, y así generar un Tucumán más inclusivo.

Resultados

Visibilizar Escalón UPA con un corto audiovisual no es solamente una promoción más, es un reflejo emocional de un cambio que ya está ocurriendo en las calles de Tucumán. Al visibilizar las barreras diarias que enfrentan miles de personas y mostrar cómo una empresa de transporte público como lo es El Limón S.R.L. puede transformar esa realidad con empatía y decisión, se propone como una herramienta inspiradora para multiplicar buenas prácticas.

Con diferentes piezas de comunicación disponibles en Facebook e Instagram, sumado a este corto audiovisual, se logró:

- Reconocimiento ciudadano en redes sociales.
- Declaración de Interés Legislativo.
- Instalación en más de 16 unidades y vamos por más.
- Visibilidad de un proyecto de inclusión social.
- Alta satisfacción de usuarios y personal operativo.

Desde la voz de quienes viajan y de quienes conducen, se construye una narrativa donde la inclusión deja de ser un discurso abstracto para convertirse en una acción concreta. Escalón UPA nos recuerda que un peldaño puede elevar la dignidad de toda una comunidad y que cuando la empatía se convierte en política pública, todos avanzamos.