

## **Premios Eikon 2025**

**Categoría 2.9:** Sustentabilidad de Diversidad, Inclusión y Género

**Capítulo:** PyMes

**Región:** Argentina

**Título del programa:** Escalón UPA: “El Escalón de la Inclusión”

**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", es un proyecto con gran impacto a nivel social. La iniciativa nace de la necesidad de acercar los colectivos de transporte público a las personas con diferente discapacidad física. Adosando un escalón extra a las unidades, se genera un impacto positivo de accesibilidad e inclusión en adultos mayores, personas con discapacidad, baja estatura, niños, embarazadas, y usuarios en general. A partir de una limitación nace una inspiración, y desde Tucumán, los colectivos ahora te pueden "hacer UPA".

## **Introducción**

En una ciudad como San Miguel de Tucumán, con una infraestructura urbana con múltiples desniveles y veredas dispares, el acceso al transporte público para personas con movilidad reducida representa un desafío cotidiano. El sistema UPA (Unidad Plegable de Acceso), implementado en 16 unidades de las líneas 130 y 118 pertenecientes a la empresa El Limón S.R.L., responde a esta problemática con una solución de bajo costo, alto impacto y fuerte dimensión social. UPA es un claro ejemplo de cómo una empresa local puede liderar transformaciones sociales con creatividad, compromiso y sensibilidad. Con cada ascenso más accesible, El Limón S.R.L. fortalece su identidad como promotora de derechos y equidad en el transporte público.

## ***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

continuada 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***

La altura promedio de los colectivos de piso alto varía entre los 40 y 50 cm, una cifra excesiva incluso con cordón cuneta presente. Esta condición limita el ascenso y descenso seguro de adultos mayores, niños, personas con discapacidad motriz, baja estatura, sobrepeso o embarazo. Un 70% de los pasajeros enfrentan dificultades de acceso. La falta de accesibilidad no sólo es una cuestión técnica, sino una barrera a la equidad urbana. En una visión de amplio espectro, se entiende que hace décadas, las personas se suben a los colectivos como pueden.

Escalón UPA nace de la experiencia de Lorena Gutiérrez, docente de la provincia de Tucumán, al observar las dificultades que enfrentaba su madre para subir a los colectivos de piso alto. Esta vivencia la motivó para desarrollar el diseño de un peldaño plegable, adaptable a distintos vehículos mediante el sistema de compresores existentes. Frente a esta problemática, se impulsó la creación de este dispositivo que, sin miedo a la innovación, busca cambiar y hacer las cosas diferentes de cómo se hacen siempre. Con la premisa de que es necesario un entendimiento en las empresas de transporte que necesitan mejorar el servicio por el bienestar de los usuarios, y considerando las limitaciones que suelen imponer para evitar gastos en sus unidades, El Limón S.R.L. a través de María Florencia Haro (responsable del área de Responsabilidad Social), escuchó, aceptó y tomó la idea de incorporar e invertir en el peldaño mecánico, mejorarlo y adaptarlo para día y noche en sus unidades, poniéndolo a disposición de los usuarios. De esta manera se brinda una solución con este dispositivo creado para poder subirse al colectivo cuando las piernas no alcanzan.

## ***Objetivos del proyecto***

Mediante la incorporación de un escalón de cortesía, llamado Unidad Plegable de Acceso (UPA), se logra:

- Mejorar la accesibilidad al transporte público para personas con movilidad reducida, con obesidad, con problemas articulares, adultos mayores, embarazadas, niños, entre otros.
- Brindar una solución económica, segura y de bajo mantenimiento que se instala fácilmente en colectivos urbanos y rurales de piso alto.
- Visibilizar la necesidad de accesibilidad inclusiva, generando conciencia social y movilización ciudadana.
- Incentivar políticas públicas que incorporen mejoras estructurales simples y efectivas en el transporte.
- Incorporar el Escalón UPA en el 100% de las unidades de la línea 130.

## ***Estrategia***

En un entorno de desniveles y limitaciones físicas para el acceso a los colectivos urbanos e interurbanos, las empresas de transporte deberían comprometerse con el bienestar de sus usuarios y comprender la necesidad de mejorar sus servicios, en especial frente a la nueva oferta de transportes más accesibles y cómodos que conviven a diario en el tejido urbano. Frente a esta problemática, El Limón S.R.L. empatiza con quienes utilizan sus unidades, e incursionaron en la aplicación y uso de la Unidad Plegable de Acceso (UPA).

La implementación del escalón UPA incluyó una campaña de comunicación interna para sensibilizar a los choferes sobre su uso y relevancia, entrenamiento específico y una propuesta de ploteo gráfico

visible en las unidades. La estrategia se centró en humanizar el problema y posicionar al personal operativo como facilitadores clave de la inclusión.

### **Estrategia de Comunicación**

La estrategia de comunicación para "Escalón UPA: El Escalón de la Inclusión" tiene como objetivo promover la accesibilidad y la inclusión en el transporte público, destacando el impacto positivo del proyecto en la calidad de vida de los usuarios.

El objetivo principal de la estrategia comunicacional es comunicar el valor y el impacto de "Escalón UPA" en la sociedad, promoviendo la accesibilidad y la inclusión en el transporte público, y posicionando a El Limón S.R.L. como una empresa comprometida con la responsabilidad social. Las acciones de difusión estarán bajadas en los Anexos y en el siguiente link: <https://lnk.bio/escalonupa>

### ***Estrategia de Comunicación interna para Redes Sociales***

- **Contenido:** Compartir historias y testimonios de usuarios que se han beneficiado del proyecto, destacando la mejora en su calidad de vida y la accesibilidad al transporte público.
- **Imágenes y Videos:** Publicar imágenes y videos que muestren el funcionamiento del escalón UPA y su impacto en la vida diaria de los usuarios.
- **Hashtags:** Utilizar hashtags relevantes como #Accesibilidad #Inclusión #TransportePúblico #ResponsabilidadSocial para llegar a un público más amplio.
- **Interacción:** Fomentar la interacción con los usuarios a través de comentarios y respuestas a preguntas, para generar un sentido de comunidad y compromiso.

- **Colaboraciones:** Colaborar con influencers y organizaciones que trabajen en temas de accesibilidad e inclusión, para ampliar el alcance y el impacto del proyecto.

### ***Ejemplos de Publicaciones***

- **¡Conoce el Escalón UPA!** Un proyecto que está cambiando la vida de personas con discapacidad y movilidad reducida en el transporte público. #Accesibilidad #Inclusión.
- **¡Testimonio de un usuario!** 'El Escalón UPA me ha permitido viajar en transporte público con más seguridad y comodidad'. #TransportePúblico #ResponsabilidadSocial.
- **¡Únete a nuestra misión!** Queremos hacer que el transporte público sea accesible para todos. #Accesibilidad #Inclusión #TransportePúblico.

### ***Públicos y Canales de Comunicación***

La Línea 130 ayudó a difundir el sistema de Escalón UPA, “El Escalón de la Inclusión” a través del siguiente Público:

- **Usuarios del transporte público:** Personas con discapacidad, adultos mayores, embarazadas, niños y otros usuarios que se benefician del proyecto.
- **Comunidad en general:** Ciudadanos de San Miguel de Tucumán y alrededores que pueden estar interesados en la iniciativa.
- **Funcionarios y autoridades:** funcionarios públicos, legisladores y autoridades que pueden influir en políticas de transporte público y accesibilidad.
- **Medios de comunicación:** Prensa local y nacional que pueden ayudar a difundir la iniciativa.

- **Organizaciones y asociaciones:** Organizaciones que trabajan en temas de accesibilidad y discapacidad.

### ***Canales de Comunicación***

#### **1) Redes sociales:**

- a) Facebook
- b) Instagram

#### **2) Prensa:**

- a) Notas de prensa en sitios web de noticias local y nacional

#### **3) Salidas gráficas:**

- a) Ploteo de unidades de transporte público con el logo y mensaje de "Escalón UPA"

#### **4) Eventos y presentaciones:**

- a) Presentaciones en eventos de accesibilidad y discapacidad
- b) Participación en ferias y exposiciones relacionadas con el transporte público

#### **5) Comunicación institucional:**

- a) Contacto directo con funcionarios y autoridades para informar sobre el proyecto y sus beneficios
- b) Presentaciones y reuniones con organizaciones y asociaciones relevantes

#### **6) Sitio web:** Un sitio web dedicado al proyecto "Escalón UPA" con información detallada sobre la iniciativa, sus objetivos y logros.

### ***Estrategia de Comunicación***

- **Difundir la iniciativa:** Compartir información sobre "Escalón UPA" en redes sociales, prensa y otros canales de comunicación.
- **Generar conciencia:** Crear conciencia sobre la importancia de la accesibilidad en el transporte público y los beneficios del proyecto.

- **Influenciar políticas:** Informar a funcionarios y autoridades sobre el proyecto y sus logros para influir en políticas de transporte público y accesibilidad.
- **Reconocimiento y distinción:** Destacar los reconocimientos y distinciones recibidos por el proyecto para aumentar su credibilidad y visibilidad.

### ***Ejecución***

El primer prototipo se colocó en una unidad de la Línea 130, luego se sumaron a dos unidades más y así sucesivamente ya estaba el dispositivo funcionando.

La ejecución incluyó:

- Instalación del escalón UPA con accionamiento manual por el conductor.
- Articulación con la comunidad a través de campañas en redes sociales.
- Declaración de Interés Legislativo en Tucumán.
- Presentación institucional ante organismos de transporte y premios de innovación social.
- Inducción de choferes en el uso e implementación de UPA.
- Incorporación del escalón en más unidades de la Línea 130.
- Articulación con sponsors locales.
- Reconocimientos de Innovación Social por parte de Innovar, Fundación Minka, Marca Tucumán, entre otros.

## **Resultados**

UPA es un claro ejemplo de cómo una empresa pyme local como El Limón S.R.L. puede liderar transformaciones sociales con creatividad, compromiso y sensibilidad.

Con cada ascenso más accesible, la Línea 130 fortalece su identidad como promotora de derechos y equidad en el transporte público, generando un impacto positivo en la calidad de vida de nuestros usuarios.

### ***Enumeración de Resultados***

1. **Mejora significativa en los tiempos de ascenso:** reducción del tiempo de espera y aumento de la eficiencia en el servicio.
2. **Reducción de riesgos de lesiones y caídas:** disminución de accidentes y lesiones relacionadas con el ascenso y descenso de pasajeros.
3. **Alta aceptación por parte de usuarios con movilidad limitada:** aumento de la satisfacción y la confianza de los usuarios con discapacidad, embarazadas, niños y adultos mayores.
4. **Incremento de la accesibilidad:** mayor cantidad de personas con discapacidad pueden utilizar el servicio de transporte público de manera segura y autónoma.
5. **Mejora en la experiencia del usuario:** aumento de la comodidad y la satisfacción general de los usuarios, independientemente de sus capacidades o necesidades especiales.
6. **Reconocimiento y valoración de la comunidad:** UPA se ha convertido en un símbolo de compromiso de "El Limón S.R.L." con la inclusión y la equidad, generando un impacto positivo en la reputación de la empresa.

7. **Influencia en la política de transporte público:** UPA puede servir como modelo para otras empresas de transporte público e influir en la política de transporte público para mejorar la accesibilidad y la inclusión.

### ***Logros del Proyecto***

- 1) UPA fue declarado de interés legislativo, reconocimiento que destaca la importancia y el impacto del proyecto en la sociedad.
- 2) Adaptación y mejora del diseño y prototipo funcional de la unidad plegable, adaptable a distintos modelos de colectivos, lo que demuestra la versatilidad y la capacidad de innovación del proyecto.
- 3) Pruebas piloto exitosas en unidades reales con resultados positivos en términos de:
  - Usabilidad: facilidad de uso y acceso para usuarios con movilidad limitada.
  - Percepción por parte de los usuarios: alta satisfacción y valoración del servicio.
- 4) Reconocimiento ciudadano con repercusión en redes sociales por su innovación con impacto social, lo que demuestra la aceptación y el apoyo de la comunidad.
- 5) Mejora en la calidad de vida de los usuarios: UPA ha generado un impacto positivo en la vida diaria de personas con discapacidad, embarazadas, niños y adultos mayores, permitiéndoles acceder al transporte público de manera más segura y autónoma.
- 6) Influencia en la industria del transporte: UPA puede servir como modelo para otras empresas de transporte público, promoviendo la inclusión y la accesibilidad en el sector.
- 7) Desarrollo de una solución sostenible y escalable: UPA puede ser implementada en diferentes contextos y ciudades, lo que la convierte en una solución sostenible y escalable para mejorar la accesibilidad en el transporte público.