

Premios Eikon 2025

Categoría 2.2: Sustentabilidad Social

Capítulo: PyMes

Región: Argentina

Título del programa: Valores Colectivos: “Solidaridad en Movimiento”

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

**VALORES
COLECTIVOS**



Descripción conceptual sintética

En San Miguel de Tucumán, una ciudad con sus propias complejidades y desafíos, El Limón S.R.L. encontró una oportunidad para convertir el transporte público en un catalizador de cambio social. Así nació “Valores Colectivos”, una iniciativa que promueve la convivencia ciudadana, el respeto a la diversidad y la construcción de comunidad a través de acciones concretas que transforman el viaje diario en una experiencia de crecimiento y conexión.

Introducción

En las calles de San Miguel de Tucumán, donde cada viaje es un reflejo de la diversidad y las desigualdades que nos rodean, El Limón S.R.L. descubrió en sus propias unidades una herramienta poderosa para sembrar empatía, respeto y ciudadanía. Con “Valores Colectivos”, cada unidad de transporte se convierte en un vehículo de transformación, donde la empatía y el respeto pueden florecer. Nace de la unión de los usuarios, conductores y organizaciones sociales que se unen para construir una sociedad más justa y compasiva. “Valores Colectivos” es más que una campaña: es un llamado a la acción, un compromiso con la transformación social y un recordatorio de que, juntos, podemos hacer que cada viaje sea un paso hacia un futuro más humano.

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

La calidad del transporte público refleja directamente el respeto y la empatía en la vida comunitaria. Desde la mirada comprometida de El Limón S.R.L., y su dueño, quien vivió desde muy joven las complejidades del sector y la profunda relación entre las empresas y sus comunidades, surgió la necesidad de transformar esta actividad en una herramienta social poderosa. Desde la empresa se destaca el cariño que se genera entre pasajeros y conductores, subrayando que el transporte es fundamentalmente un espacio de interacción social.

“Valores Colectivos” ayuda a conectar a la comunidad con diferentes causas y proyectos de importancia en Tucumán. Facilitar el uso de las unidades para traslados de quienes no podrían acceder a ciertas actividades, convierte al transporte en un espacio para promover valores, inclusión y responsabilidad compartida.

Objetivos del programa

- Promover una cultura de respeto, empatía y convivencia en el transporte público como base para mejorar la calidad de vida urbana.
- Brindar apoyo tangible y emocional a grupos vulnerables mediante traslados solidarios, facilitando acceso a espacios culturales y recreativos.
- Posicionar a los conductores como embajadores activos del compromiso social, generando vínculos afectivos fuertes con la comunidad usuaria.
- Impulsar alianzas estratégicas con ONGs locales para fortalecer el tejido social y responder a necesidades comunitarias específicas.

- Sensibilizar a otras empresas e instituciones sobre el impacto positivo de la responsabilidad social empresarial, incentivando la réplica de iniciativas similares.
- Consolidar el transporte público como actor fundamental en la construcción de una ciudad más humana, inclusiva y justa.

Estrategia

Estrategia General

El programa combina activaciones concretas con una comunicación constante y empática, destacando la comunicación visual, contenidos digitales y acciones presenciales:

- Intervenciones visuales en unidades con mensajes de respeto y pictogramas inclusivos.
- Acciones solidarias concretas: cine solidario para niños judicializados, traslados gratuitos para pacientes oncológicos pediátricos y apoyo comunitario en situaciones importantes como fallecimientos o emergencias locales en barrios vulnerables.
- Alianzas estratégicas con ONGs locales como Apapacho, Meta Tucumán, Barquitos de Papel, Abriga Sueños, entre otras.
- Reuniones anuales de integración con madres y niños con capacidades diferentes trasladándolos a un lugar de campo, con profesores de educación física, juegos y actividades recreativas.
- Prueba piloto: Brindar empleo a personas con discapacidad.
- Eventos internos con familias de conductores, especialmente enfocados en niños con necesidades especiales, fortaleciendo así lazos internos y externos.
- Comunicación efectiva en redes sociales para visibilizar acciones, testimonios reales y generar conciencia sobre el valor social del transporte público.

- Promoción constante del compromiso social de los choferes, destacando su rol como agentes fundamentales en la transmisión de valores ciudadanos.

Esta estrategia demuestra que el transporte público puede ser una poderosa herramienta para la construcción de una sociedad más solidaria y empática.

Estrategia Comunicacional

El objetivo principal de esta estrategia es promover la sustentabilidad social y la solidaridad en la comunidad a través de las acciones de la Línea 130. En el marco de nuestra estrategia de comunicación interna y externa, y a través de nuestras redes sociales, Instagram y Facebook, hemos buscado visibilizar y compartir las acciones solidarias que realizamos, con el objetivo de inspirar y motivar a nuestros pasajeros o usuarios que en su gran mayoría son nuestros seguidores, a unirse a esta pequeña gran familia que es la línea 130, de El Limón S.R.L. En este sentido, hemos desarrollado una estrategia de comunicación que busca destacar la importancia de la solidaridad y la inclusión social en nuestra sociedad. A continuación, se presentan algunas de las acciones y estrategias que hemos implementado para promover la Sustentabilidad Social y la solidaridad en la comunidad. Las acciones de difusión estarán bajadas en los Anexos y en el siguiente link: <https://lnk.bio/valorescolectivos>:

1. Campaña de Reciclaje

- Publicar imágenes y videos en las redes sociales que muestren el proceso de reciclaje de cubiertas y cómo se emplea a personas en la provincia de Tucumán.
- Utilizar hashtags relevantes para aumentar la visibilidad y el alcance de la campaña.

- Invitar a los usuarios a participar en la campaña de reciclaje y compartir sus propias experiencias de reciclaje.

2. Lunetas Solidarias

- Publicar anuncios en las redes sociales que promocionen las lunetas solidarias y las ONGs que las utilizan.
- Compartir historias y testimonios de las ONGs y cómo la Línea 130 las apoya a través de las lunetas solidarias.
- Utilizar imágenes y videos que muestren la importancia de las lunetas solidarias y cómo pueden hacer una diferencia en la comunidad.

3. Historias de Impacto

- Compartir historias de impacto de las acciones solidarias de la Línea 130, como el traslado de niños y niñas a conocer la reserva de Horco Molle o el apoyo a la fundación "La Vidalita" en su centro de equino terapia, traslado de niños y sus familias en tratamiento oncológico desde el Hospital de niños al Cadillal y Voluntarios colocan escrito el nombre de cada niño a representar en su espalda y nadar por ellos,
- Utilizar testimonios y citas de los beneficiarios de las acciones solidarias para agregar un toque personal y emocional a las historias.
- Publicar imágenes y videos que muestren el impacto positivo de las acciones solidarias en la comunidad.

En cuanto a la estrategia de Comunicación Interna en Redes

- Publicaciones en Instagram y Facebook
 - a. Compartir imágenes y videos de las acciones solidarias de la Línea 130, como el traslado de niños y niñas a conocer la reserva de Horco Molle o el apoyo a la fundación "La Vidalita" en su centro de equino terapia, y el traslado de niños con tratamiento oncológico al Cadillal.

- b. Compartir testimonios de usuarios y empleados que hayan sido impactados por las acciones solidarias de la Línea 130.
- c. Difusión de Programas y Servicios, publicar información sobre los programas y servicios que ofrece la Línea 130, como el programa de reciclaje y las lunetas solidarias.

Públicos y Canales de Comunicación

- Usuarios de la línea 130 y comunidad en general.
- Familias y grupos en situación de vulnerabilidad (niños judicializados, pacientes oncológicos pediátricos, personas con discapacidad).
- Organizaciones sociales y espacios de salud y contención infantil.
- Público interno: colaboradores, choferes y sus familias.
- Autoridades locales, provinciales y medios de comunicación.
- Canales: redes sociales, intervenciones físicas en unidades, testimoniales audiovisuales, eventos comunitarios y encuentros internos de integración.

Ejecución

La implementación de “Valores Colectivos” se llevó a cabo mediante diversas iniciativas:

- Instalación permanente de mensajes visuales y pictogramas inclusivos en las unidades para reforzar la convivencia ciudadana.
- Organización anual de jornadas recreativas en el campo, destinadas a madres y niños con capacidades diferentes, con la participación de profesores de educación física, juegos y actividades de integración.

- Implementación de traslados solidarios para niños judicializados, facilitando actividades culturales como visitas al cine, parques y espacios recreativos de la ciudad.
- Apoyo logístico y emocional en momentos difíciles, acercando unidades de transporte para funerales y emergencias comunitarias a barrios vulnerables.
- Eventos internos enfocados en las familias de los conductores, especialmente aquellos con hijos con necesidades especiales, fortaleciendo el sentido de pertenencia y solidaridad.
- Realización continua de campañas digitales en redes sociales con enfoque en testimonios reales, mostrando el impacto positivo de las acciones solidarias y el rol crucial de los choferes como referentes comunitarios.
- Fomento de alianzas estratégicas con ONGs locales para acciones concretas de asistencia, traslados y colaboración con sus diferentes programas, para extender el alcance de la responsabilidad social empresaria.

Resultados

“Valores Colectivos” trata de nutrir los vínculos humanos. Desde el conductor hasta el último pasajero, cada gesto cuenta. Esta campaña refleja el compromiso auténtico de una pequeña empresa con un gran corazón, que ha elegido trascender su función como servicio para convertirse en un vínculo emocional y cultural vivo en su comunidad.

Logros de la campaña

- Revalorización de la figura del chofer como agente social.
- Incorporación de valores ciudadanos en la experiencia de viaje.
- Aumento de interacciones positivas en redes sociales.
- Recepción favorable por parte de ONGs y organismos públicos.
- Reconocimiento del programa como experiencia replicable.
- Mejora en la percepción comunitaria del transporte público.

Con un enfoque que combina sensibilidad, estrategia y compromiso, El Limón S.R.L. se posiciona como un actor clave en la promoción de una movilidad más humana y sostenible. “Valores Colectivos” muestra que moverse juntos también es construir juntos, que un colectivo no sólo transporta: abraza, escucha y transforma. Esta campaña es prueba de que cuando las empresas se comprometen con su comunidad, el trayecto cotidiano se convierte en un camino compartido hacia un futuro más justo. El programa logró modificar la experiencia de viaje para miles de personas, mejorar la percepción del transporte público y posicionar a El Limón S.R.L. como un referente en responsabilidad social empresarial de la provincia de Tucumán.