| | |
|---|---|
| Curso | Ahorro de energía |
| Tema | 6. Casos de éxito |
| Subtema | 6.1. Casos de éxito en el sector residencial |
| Componente | Introducción y objetivo |

**Razones del éxito de la campaña de ahorro en Dinamarca**

A continuación se presentan las principales razones que permitieron que la campaña de ahorro de energía planteada en Dinamarca tuviera éxito.

A pesar de que existen muchas formas de ahorrar energía, es importante tener en cuenta que no todas las campañas de ahorro pueden ser exitosas. El éxito de una campaña depende de muchos factores, pues la idea debe aceptarse y llevarse a cabo por los consumidores. Por esta razón, es interesante estudiar los motivos por los cuales la campaña de Dinamarca tuvo éxito:

| |
|---|
| Inversión inicial |
| La campaña tuvo una inversión significativa de un millón de euros, dicha campaña incluyó propaganda en distintos medios de comunicación. 594049560 / Avosb / iStock |
| Campaña prolongada |
| La campaña mantuvo una presencia persistente en los medios de comunicación. 108348850 / xavieramau / iStock |
| Mensaje simple pero importante |
| El mensaje fue simple y fácil de asimilar, pues se debía lavar la ropa por debajo de 60 °C para reducir el costo energético y cuidar el medio ambiente. 108348850 / xavieramau / iStock |
| Apoyo de la agencia nacional de consumidores |
| Esta agencia corroboró que el lavar la ropa por debajo de 60 °C cumplía con los estándares de higiene, lo cual permitió obtener mayor credibilidad entre los consumidores. |

| |
|---|
| 536678800 / BernardaSv / iStock |
| Colaboración de suministradores de energía |
| Los suministradores de energía adoptaron la campaña de informar sobre los beneficios económicos de tomar nuevos hábitos en el lavado de ropa. 611086620 / BrianAJackson / iStock |

De acuerdo a los resultados obtenidos, se estima que esta campaña permitió ahorrar entre 13 y 17 millones de kilowatts-hora por año. Estos resultados se atribuyeron a la campaña debido a la correlación que se encontró con las encuestas aplicadas después de tres años, donde el porcentaje de personas que nunca lavan su ropa arriba de 60 °C subió de 33% a 51%.

Así, el porcentaje de personas que aseguraban que la ropa debía ser hervida forzosamente disminuyó de 45% a 27%. Por último, el porcentaje de personas que respondió que no lavaban tan a menudo como en el pasado subió de 55% a 70%.

500455316 / starush / iStock

¿Te habías imaginado que el lavar la ropa podría representar un ahorro significativo? Así es, el ahorro se encuentra en labores tan cotidianas puesto que gran parte de la población las lleva a cabo.