



El autoconsumo arranca 2026 con casi 9 GW instalados

El autoconsumo fotovoltaico se ha convertido en la puerta de entrada a la electrificación del hogar. La integración con baterías y aerotermia marca una nueva etapa en la evolución del sector

Concha Raso.



Instaladores colocan paneles solares en el tejado de una vivienda. eE

El autoconsumo no es una moda pasajera. Tras una década de desarrollo acelerado, este sector entra ahora en una fase de madurez, consolidándose como una solución estable y cada vez más integrada con otras tecnologías clave de la electrificación, tal y como refleja el *InformeSolar 2025: Radiografía del autoconsumo en España*, elaborado por SotySolar en colaboración con UNEF, Hua-wei, Pontio, BayWa r.e., 8-33 y Clevergy.

Actualmente, el 22% de los propietarios de vivienda ya tiene o se plantea instalar placas solares y, aunque el 78% restante no lo considera de forma inmediata, la tecnología se percibe hoy como fiable y comparable a cualquier otro equipamiento doméstico esencial, lo que indica un cambio de mentalidad.

Precisamente, uno de los cambios más relevantes que identifica el informe elaborado por SotySolar es la evolución en la motivación del consumidor. El ahorro económico sigue liderando la decisión (entre el 60% y el 65% de los casos), pero pierde peso frente a otros factores que ganan protagonismo, como la independencia energética, la sostenibilidad ambiental y la seguridad de suministro, especialmente desde el apagón del pasado 28 de abril. Durante las semanas posteriores al suceso, las búsquedas relacionadas con soluciones que integran baterías, sistemas de respaldo y gestión inteligente del consumo, batieron cifras récord.

El resultado se traduce en un nuevo tipo de cliente más informado, más digital y más exigente, que ya no busca solo instalar placas, sino soluciones energéticas integrales capaces de cubrir de forma eficiente la mayor parte de sus necesidades eléctricas y térmicas, con ansias de independencia energética y control sobre sus consumos.

A 31 de diciembre de 2025, la potencia de autoconsumo fotovoltaico instalada en España asciende a 8,7 GW, según datos de Red Eléctrica, con Andalucía, Cataluña y la C. Valenciana a la cabeza. La previsión apunta a un crecimiento sostenido cercano a 1 GW anual hasta 2030, que supondrá alcanzar una potencia instalada acumulada de entre 14 y 16 GW, por debajo de los 19 GW que marca el PNIEC. Según José Carlos Díaz Lacaci, CEO de SotySolar, "el futuro va a estar marcado por tres vectores: el autoconsumo colectivo, el almacenamiento distribuido y la flexibilidad de la demanda, y el uso de los datos inteligentes".

La aerotermia coge peso

En este contexto, la aerotermia, tal y como señala el informe, se posiciona como el complemento natural del autoconsumo fotovoltaico. Esta tecnología, basada en bombas de calor que aprovechan la energía del aire para calefacción, refrigeración y agua caliente sanitaria, vive una expansión sostenida en el mercado residencial.



Operario supervisa datos. iStock

A diferencia de la fotovoltaica, cuya demanda ha estado más expuesta a factores coyunturales como el precio de la electricidad o las subvenciones, la aerotermia presenta una evolución más estable, ligada a la estacionalidad climática y a la creciente conciencia sobre la eficiencia energética. El interés de búsqueda se mantiene constante y muestra picos en los meses de mayor necesidad térmica, lo que refleja una tecnología que avanza de manera firme.

La sinergia entre autoconsumo y aerotermia es evidente. La integración de ambos sistemas permite electrificar la climatización del hogar y maximizar el aprovechamiento de la energía solar generada en la propia vivienda. En términos prácticos, supone reducir de forma drástica la dependencia del gas, aumentar el porcentaje de autoconsumo y estabilizar el gasto energético a largo plazo.

Los datos del informe son concluyentes: dos de cada tres hogares con instalación fotovoltaica considerarían añadir aerotermia en un plazo de tres años. Esta predisposición confirma que el autoconsumo actúa como puerta de entrada a una electrificación más profunda del hogar.

Además, el avance hacia un modelo energético doméstico integral se traduce en un crecimiento de las instalaciones híbridas. Las soluciones que combinan fotovoltaica, almacenamiento y aerotermia ganan peso frente a los sistemas aislados, especialmente tras el apagón. Estas configuraciones representan ya una parte significativa de los nuevos proyectos.

Desde el punto de vista económico, el salto tecnológico no implica necesariamente un incremento

Las soluciones que combinan
fotovoltaica, almacenamiento y
aerotermia están ganando peso

proporcional del esfuerzo financiero. Gracias a la generalización de fórmulas de financiación flexible, la diferencia de cuota mensual entre una instalación básica y una solución integral resulta cada vez menor. Esto está facilitando que más hogares opten por proyectos de mayor alcance, con retornos energéticos y ambientales superiores.

Además, surge con fuerza el concepto de *revamping* o actualización de instalaciones existentes. Muchos usuarios que dieron el paso al autoconsumo en años anteriores se plantean ahora incorporar baterías o aerotermia, transformando una instalación inicialmente pensada para ahorrar en electricidad en un sistema energético doméstico casi autosuficiente.

Regulación y subvenciones

El entorno regulatorio español sigue siendo, en términos generales, favorable al autoconsumo. La eliminación de barreras históricas y la estabilidad normativa han permitido que el sector alcance esta fase de madurez. Sin embargo, el informe identifica áreas claras de mejora: agilización de trámites administrativos, mayor homogeneidad en los incentivos autonómicos y un impulso decidido al



Pareja observa varios paneles solares en el jardín de su casa. iStock

autoconsumo colectivo y al almacenamiento distribuido.

José Donoso, director general de UNEF, señala que “el borrador del RD de Autoconsumo es una buena noticia y estamos esperando que se apruebe muy pronto”, a la vez que afirma que “aunque hemos avanzado mucho en los últimos cinco años, si queremos llegar al 100% sin emisiones de CO2, el autoconsumo es fundamental y la electrificación imprescindible”.

Por lo que respecta a las subvenciones, éstas han demostrado ser una palanca eficaz para generar demanda, pero su impacto real depende de la madurez del mercado y de la simplicidad administrativa. Allí donde el consumidor está informado y la ayuda actúa como empujón final, los resultados son sólidos y sostenibles. Donde la subvención se percibe como un incentivo oportunista, el efecto se diluye.

Tras el cierre de los fondos europeos *Next Generation*, el mercado ha evolucionado desde una dependencia de ayudas directas hacia un modelo de rentabilidad más estructural. El análisis por comunidades autónomas revela que el efecto de estos programas varía significativamente según cada región.

Cataluña destaca como el referente de éxito. Las subvenciones en esta comunidad operaron como un sólido dinamizador del mercado, atrayendo a un

segmento de consumidores con una intención de ejecución ya madura. El resultado fue un incremento del 20,6% en el volumen de interesados. Este patrón se repite con distintos matices en otras regiones: desde las ayudas a la descarbonización para sustituir calderas por aerotermia en Navarra, hasta los incentivos para el uso eficiente de la energía en Andalucía o los programas de mejora energética en Murcia, Galicia y País Vasco.



La regulación ha favorecido el desarrollo del autoconsumo, aunque hay áreas de mejora

El efecto positivo más claro se observa cuando el incentivo se implementa en mercados donde existe un alto grado de conocimiento y una intención de compra bien definida, actuando como el impulsor final para la ejecución del proyecto; así como contar con la simplicidad administrativa como aliada y que los plazos de estas ayudas no se demoren como las de otras subvenciones. Los incentivos fiscales tienen un impacto directo en el bolsillo del consumidor, mucho más que en la escasa compensación económica por devolución de excedentes, considerado como algo intangible que no convence al usuario.