

El Informe Solar 2025 paso a paso: por qué razones el cliente de autoconsumo elige a una empresa instaladora

- El Informe Solar 2025 paso a paso: por qué razones el cliente de autoconsumo elige a una empresa instaladora



<https://www.instaladores20.com/futuro-y-presente/energias-renovables/el-informe-solar-2025-paso-a-paso-por...>

Luis García Muñoz

Miércoles, 21 enero 2026

El Informe Solar 2025 presentado la semana pasada en Madrid por la Unión Española Fotovoltaica y la firma SotySolar, y sobre cuyos datos efectuamos un avance en una anterior información, realiza un análisis completo de la situación actual del autoconsumo y ofrece detalles significativos como la proyección con datos de la evolución que el autoconsumo debería seguir hasta finales de la década o las razones por las que el cliente de autoconsumo elige opta por una u otra empresa instaladora.

Tras el crecimiento sostenido que llevó a la expansión de 2022 y, en menor medida, también de 2023, el período de consolidación por el que pasa en la actualidad esta tecnología, según el Informe Solar 2025, “no debe interpretarse como estancamiento: se trata de madurez del mercado, donde la demanda se estabiliza en niveles elevados y de alta calidad, el usuario se profesionaliza y los proyectos adoptan soluciones más integrales y eficientes”, asegura.

El análisis valora en primer lugar la preferencia actual de los consumidores en España por el mercado liberalizado (71 % de ellos) frente a la tarifa regulada (29 % restante). Fundamentalmente porque aporta estabilidad frente a la volatilidad, la certidumbre económica de un precio fijo y mayor flexibilidad en estructuras de precios y condiciones contractuales, factores todos ellos que favorecen a los autoconsumidores, que pueden negociar y seleccionar tarifas optimizadas, que incluyan

mejores condiciones de compensación por los excedentes de energía vertidos a la red. También se hace eco de las medidas que propone Unef para fortalecer el sector y poder alcanzar los objetivos previstos en el PNIEC, como el fomento del autoconsumo colectivo y la ampliación de los radios de instalación compartida, el impulso del almacenamiento distribuido, o la revisión de la distribución de cargos y peajes entre costes fijos y variables, así como incentivos fiscales selectivos.

Un nuevo tipo de cliente

Estudia igualmente el cambio de comportamiento del consumidor tras el apagón del pasado abril, que reactivó el debate sobre autonomía y seguridad energética. Las búsquedas vinculadas a energía solar y almacenamiento alcanzaron niveles récord en esas semanas y el usuario asoció por primera vez el autoconsumo no sólo con el ahorro, sino con la resiliencia e independencia energética.

Todo ello ha derivado “en un nuevo tipo de cliente: más digital, más informado y más consciente del valor estratégico de la energía”, que se acerca “aún más hacia los sistemas de almacenamiento, y los sistemas de respaldo backup, un upgrading a las instalaciones preexistentes”. Esta necesidad de baterías ha sentado un precedente hacia un autoconsumo más independiente, baterías blindadas por los backup, “la dupla perfecta contra la inestabilidad energética”.

Motivaciones del cliente: por qué razones elige a la empresa instaladora

Otro aspecto básico que analiza el estudio tiene que ver con las razones que llevan a los clientes a optar por una determinada compañía instaladora. Sus motivaciones han evolucionado, aunque el ahorro económico sigue siendo el factor principal. Los clientes de SotySolar destacan especialmente la claridad del proceso y la atención personalizada como factores diferenciales. Además, un 20 % de los 3.000 clientes encuestados “valoran positivamente el acompañamiento desde el asesoramiento inicial hasta la puesta en marcha, lo que demuestra que la profesionalización del servicio se ha convertido en un activo estratégico”. El Informe Solar concluye que “el cliente actual ya no busca quién le instala unas placas, sino quién le acompaña en su transición energética”.

La financiación como motor del autoconsumo

Se analiza igualmente la relevancia de la financiación como motor de crecimiento del autoconsumo. Actualmente, entre el 60 % y el 70 % de los hogares españoles interesados en autoconsumo residencial optan por fórmulas de financiación o pago flexible, por razones como la incertidumbre económica actual, el deseo de amortizar la inversión con el ahorro energético generado o la mayor accesibilidad de los planes de financiación. Además, el porcentaje sube al 80 % si se incluyen baterías o la inversión total supera los 10.000 euros.

La aerotermia ha dejado de ser una tecnología emergente para convertirse en un complemento estratégico del autoconsumo solar. Su estabilidad en el interés de búsqueda y su adopción progresiva la sitúan como una de las soluciones de mayor futuro. La sinergia está cada vez más consolidada y la integración de ambos sistemas permite optimizar el autoconsumo, aumentando la eficiencia energética global de la vivienda y reduciendo la dependencia de la red eléctrica. Esta

combinación se traduce en menores costes energéticos a largo plazo, mayor estabilidad frente a la volatilidad del precio de la energía y un consumidor más informado y comprometido con soluciones renovables.

Análisis del impacto de las subvenciones en el mercado

El Informe Solar 2025 incorpora al análisis también el impacto de las subvenciones en la dinámica del mercado para evaluar si los programas de incentivos económicos afectan de forma positiva a su desarrollo. Compara entre el periodo previo a las ayudas y el posterior a ellas sobre tres ejes: demanda, crecimiento de proyectos y proyección. Y lo hace según los diversos territorios. Entre las conclusiones destaca que “las subvenciones son una palanca de crecimiento muy positiva para el mercado de autoconsumo, especialmente para generar volumen de demanda. No obstante, su eficacia final y su impacto en la eficiencia comercial dependen de la capacidad de gestión interna y de la madurez del consumidor en cada región”.

En este sentido, el Informe añade que “el efecto positivo más claro se observa cuando el incentivo se implementa en mercados donde existe ya un alto grado de conocimiento y una intención de compra bien definida, actuando como el impulsor final para la ejecución del proyecto”. Destaca también la relevancia de “contar con la simplicidad administrativa como aliada y que los plazos de estas ayudan no se demoren como las de otras subvenciones”. Sobre los incentivos fiscales considera que “tienen un impacto directo en el bolsillo del consumidor, mucho más que en la escasa compensación económica por devolución de excedentes; algo intangible, que no convence al usuario”, concluye.

Los interesados pueden descargarse el Informe Solar 2025 completo en este enlace.