

El autoconsumo fotovoltaico lidera la oferta energética de MediaMarkt y Repsol

- MediaMarkt y Repsol han avanzado en la comercialización de instalaciones fotovoltaicas, aerotermia y puntos de recarga.



<https://material-electrico.cdecomunicacion.es/fotovoltaica-autoconsumo/202771/autoconsumo-fotovoltaico-lid...>

Lola Sánchez

Martes, 24 marzo 2026

En apenas tres meses se cumplirá un año del acuerdo de colaboración entre MediaMarkt y Repsol para comercializar instalaciones fotovoltaicas, aerotermia y puntos de recarga. Desde el Área de Material Eléctrico de C de Comunicación, conversamos con la empresa distribuidora de electrónica con el fin de conocer los principales avances y resultados conseguidos en este tiempo.

Compartir: [Linkedin](#) [Whatsapp](#) [Facebook](#) [Twitter](#)

MediaMarkt y Repsol, a través de la *joint venture* **Solar360**, han avanzado en la comercialización de instalaciones fotovoltaicas, aerotermia y puntos de recarga. Tras al acuerdo de colaboración anunciado en junio del año pasado, ambas multinacionales han trabajado en la integración del modelo conjunto y el despliegue progresivo de la oferta.

Las instalaciones de autoconsumo fotovoltaico y aerotermia se ofrecen bajo un **modelo "llave en mano"**, que incluye todas las fases del proceso de implantación: asesoramiento especializado, montaje y, en su caso, tramitación administrativa y posibilidad de que el cliente pueda optar a la gestión de ayudas y deducciones fiscales.

Asimismo, de la mano de Repsol y en el ámbito de la movilidad eléctrica, MediaMarkt pone a disposición de los usuarios una solución que engloba la instalación, puesta en marcha y mantenimiento de **puntos de recarga para coches eléctricos**.

Oferta de MediaMarkt y Repsol. Foto: Solar360.

¿Qué demandan los clientes?

Tal y como explican a este medio fuentes de MediaMarkt, un hito relevante ha sido el lanzamiento de la **modalidad “full company”** en octubre de 2025, que ha permitido establecer la operativa en **111 tiendas** y avanzar en la estandarización del servicio. “Durante estos meses, hemos tenido una acogida muy positiva tanto por parte de los clientes como de los equipos. Hasta la fecha, se han generado miles de *leads* y se han llevado a cabo decenas de instalaciones”, aseveran.

Los **trabajos de autoconsumo fotovoltaico** conforman la solución más solicitada por más de la mitad de los clientes, aunque también observan un interés creciente en puntos de recarga y sistemas de aerotermia. “La comercialización está funcionando especialmente bien en zonas donde coinciden varios factores, como una buena irradiación solar, programas de ayudas autonómicas estables y un notable grado de concienciación ambiental”, detallan.

Y continúan: “De igual modo, influye el **contexto socioeconómico** y la **tipología de la vivienda** , ya que, en áreas con mayor capacidad de inversión o mayor presencia de vivienda unifamiliar, la adopción es más rápida. En conjunto, obtenemos mejores resultados en aquellas regiones que combinan los elementos mencionados”.

Previsión de MediaMarkt y Repsol

Respecto al ticket medio, desde MediaMarkt no aportan una cifra exacta, pero sí indican que el **presupuesto final** varía en función de las características de cada proyecto y de múltiples variables (tipo de vivienda, hábitos de consumo energético, potencia necesaria, existencia de baterías en autoconsumo fotovoltaico o complejidad de la instalación).

De cara al presente ejercicio, las compañías tienen el foco puesto en impulsar el servicio y consolidar la actividad, por lo que **no se contempla la incorporación de nuevas prestaciones** . “No obstante, estudiaremos y analizaremos los servicios que reporten soluciones y mejoras al consumidor, con la idea de implementarlos en la medida de lo posible”, finalizan.

Compartir: [Linkedin](#) [Whatsapp](#) [Facebook](#) [Twitter](#)