

NUEVOS PROTAGONISTAS DE MOTORTEC NOS REMEMORAN SU PARTICIPACIÓN EN 2025 Y SUS PERSPECTIVAS PARA LA FUTURA EDICIÓN DE 2027



ECOS DE **motortec**



En esta tercera entrega seguimos recogiendo las impresiones de los protagonistas de la última edición de la feria internacional de la posventa en Madrid, para empezar a vislumbrar el camino de lo que va a ser la del año que viene.

Los responsables de esta importante feria ya están calentando motores para la siguiente edición, que se celebrará del 7 al 10 de abril de 2027, con el objetivo de seguir proporcionando el foro indiscutible para que la posventa muestre su gran peso específico. Y es que la edición de 2025 supuso vivir el Motortec más exitoso de su historia, con un total de 65.514 profesionales (de ellos 34.067 talleres y 7.213 estudiantes), procedentes de 80 países y 710 empresas (255, originarias de 28 países) en un espacio 100.000 m2, más de 250 actividades, entre conferencias, mesas redondas y campeonatos, desarrolladas en una superficie de 6.159 m2, y que contaron con la participación de 5.406 profesionales, tras casi tres años sin que la

posventa se reuniera en sus pabellones. En anteriores ediciones les preguntábamos sus impresiones a los Fabricantes, y miembros de la Distribución, en esta nueva entrega seguimos sumando vivencias de importantes actores del sector. Les planteamos el cuestionario:

1. ¿Cuál es tu valoración general de Motortec 2025?
2. ¿Qué ha supuesto para tu compañía en cuanto a visibilidad y resultados?
3. Danos los tres motivos más relevantes por los que es importante estar presente como expositor en Motortec 2027.
4. ¿Qué te gustaría ver en la próxima edición de Motortec?

www.motortec.es

AUTEL IBÉRICA

Rosendo Pous, gerente.



1. Para nosotros, sin lugar a dudas la mejor feria hasta el momento; mucho cliente y muy decidido sobre qué productos informarse.
2. Las ventas, sobre todo del mes posterior a Motortec, fueron muy buenas, pero, principalmente, potenciamos la imagen y que los asistentes puedan ver los productos de primera mano y hablen directamente con nuestro equipo de técnicos y comerciales.
3. Para nosotros los tres principales motivos para participar en la siguiente edición serían:
 - Imagen de Marca
 - Proximidad con toda tu red de distribución
 - Presentación de novedades.
4. Nos gustaría ver reuniones sobre formación y nuevas leyes tipo SERMI, muy bien organizadas y en el mismo pabellón donde tenemos los stands; es quizás el único punto negativo que puedo dar a la edición 2025.



GRUPAUTO

Pablo Díaz, responsable de marketing.



1. Nuestra valoración es muy positiva. Llevamos desde 2015 sin faltar y cada edición nos reafirma que Motortec es el lugar donde el sector se da cita. Esta vez notamos un ambiente especialmente activo y una afluencia que nos obligó a pensar que necesitábamos el doble de espacio.
2. Cada edición consolida nuestra imagen en el sector, y esta no ha sido una excepción. Además, aprovechamos la celebración de Motortec para organizar "La Fiesta de la Distribución" en Madrid, un evento al que asistieron más de 150 personas relevantes entre clientes y proveedores, y que se convirtió en el mejor escaparate de lo que es GrupAuto hoy.
3. Primero, porque no estar tiene un coste de imagen que ninguna empresa del sector debería asumir. Segundo, porque concentra en pocos días las conversaciones comerciales que de otro modo llevarían meses. Y tercero, porque es la mejor excusa para reunir a clientes, proveedores y socios, y celebrar juntos el estado de salud del sector.
4. Que IFEMA explore nuevas fórmulas que hagan más accesible la presencia para los expositores, porque el nivel de inversión actual es muy exigente para el retorno que se obtiene. Y una reflexión sobre

DIPART

Fernando Riesco, director general.



1. Motortec 2025 ha vuelto a ser una gran cita para el sector. En nuestro caso, el stand de Dipart tuvo una gran afluencia gracias al esfuerzo conjunto con nuestros distribuidores para acercar a los talleres a la feria y a un programa de formación continuo que mantuvimos durante todos los días.
2. Para Dipart ha sido una oportunidad muy buena para reunirnos con talleres clientes y presentar todas las novedades, así como impartir breves formaciones además de la mano de nuestros proveedores principales. El programa de formación constante en el stand generó mucho interés y nos permitió tener una actividad muy dinámica durante todos los días de feria.
3. En nuestra opinión, los tres principales motivos serían:
 - Visibilidad en el sector.
 - Contacto directo con talleres y colaboradores.
 - La posibilidad de mostrar proyectos e iniciativas de forma cercana.
4. Nos gustaría ver una participación aún más equilibrada en los espacios de la feria, que permita dar visibilidad de forma más homogénea a las distintas propuestas del sector. Creemos que esa diversidad y equilibrio enriquecen la experiencia del visitante y refuerzan el valor global de Motortec.



el formato: el sábado abierto al público general tiene poco sentido para el expositor profesional de venta de recambios, y ajustar la duración de la feria a los días realmente útiles sería un paso en la dirección correcta.



FASEBA

Génesis Carmona, directora de marketing.

1. Nuestra valoración de Motortec 2025 es muy positiva. La feria ha demostrado una vez más que es el gran punto de encuentro del sector de la posventa de automoción. Durante la feria tuvimos la oportunidad de presentar nuestras novedades como la exclusividad de nuestra línea de ambientadores así como también nuestra nueva línea de productos para la limpieza del vehículo y reforzar nuestra alianza comercial con nuestro socio italiano, además de esto nos permitió conectar con clientes actuales, crear primeras tomas de contacto con potenciales clientes en un entorno muy especializado.

También fue momento muy importante para escuchar al mercado: conocer qué demandan los clientes, qué tendencias se están consolidando en el sector del accesorio y del consumo en automoción, y detectar nuevas oportunidades para ampliar nuestra oferta de productos y servicios. Las ventas, sobre todo del mes posterior a Motortec, fueron muy buenas, pero, principalmente, potenciamos la imagen y que los asistentes puedan ver los productos de primera mano y hablen directamente con nuestro equipo de técnicos y comerciales.

2. Motortec supone principalmente un escaparate estratégico para reforzar la visibilidad de marca y consolidar relaciones comerciales. Durante la feria pudimos reunirnos con muchos de nuestros clientes actuales en un mismo espacio, presentarles nuestras novedades y comentar futuros proyectos. Al mismo tiempo, nos permitió darnos a conocer a nuevos distribuidores y profesionales que todavía no trabajan con nuestra marca.

3. Nuestros tres motivos serían:

- **Estar cerca de nuestros clientes y del mercado:** Nos permite encontrarnos cara a cara con muchos clientes y distribuidores en pocos días, algo muy valioso para fortalecer relaciones y conocer sus necesidades.
- **Espacios dedicados a tendencias en automoción.**
- **Siempre es una gran oportunidad para presentar novedades:** nos gustaría seguir viendo una feria dinámica donde las empresas podamos mostrar nuevos productos y soluciones al mercado.

4. Nos gustaría ver espacios o iniciativas dedicadas a analizar las tendencias de consumo en automoción y la evolución de las diferentes categorías de producto. Este tipo de contenidos ayuda a fabricantes y distribuidores a anticipar el rumbo del mercado y aportar más valor al sector.



REAUXI

Mariona Clop,
Responsable de Compras y Atención al Cliente.



1. La edición de Motortec 2025 ha sido muy positiva. Durante los días de feria hemos percibido un gran interés por parte de nuevas empresas del sector y, especialmente, de talleres profesionales. Además, ha sido un importante reencuentro con nuestra red de distribución habitual, que sigue representando una parte fundamental de nuestros resultados. En esta edición el balance ha sido especialmente bueno para nosotros, tanto por el volumen de contactos como por las oportunidades generadas. Cabe destacar que la feria volvió a mostrar la fortaleza del sector, lo que confirma su papel como punto de encuentro clave para la posventa de automoción. Hemos conseguido superar con creces los objetivos que nos habíamos marcado tanto a nivel de visibilidad como de resultados.

2. Para nuestra compañía, participar en Motortec ha supuesto reforzar nuestra posición dentro del mercado. Nos permite seguir siendo reconocidos por la calidad de nuestros productos y por el nivel de servicio que ofrecemos a nuestros clientes. La feria es una excelente plataforma para consolidar relaciones con clientes actuales, generar nuevos contactos y mostrar de forma directa nuestras soluciones al mercado profesional.

3. Los motivos:

- **Punto de encuentro del sector:** Motortec se ha consolidado como una de las citas más importantes del aftermarket de automoción en el sur de Europa.
- **Captación de contactos cualificados:** la presencia de talleres, distribuidores y profesionales facilita la generación de oportunidades comerciales reales.
- **Contacto directo con el mercado:** permite presentar novedades, escuchar las necesidades del sector y fortalecer relaciones con clientes y partners.

4. Nos gustaría que, en futuras ediciones, se potenciara aún más la visibilidad de las empresas participantes y que los visitantes dispusieran de herramientas más actualizadas para localizar fácilmente a los expositores y conocer mejor su posicionamiento.



comerciales y abrir nuestra casa a todos nuestros colaboradores.

4. Para la siguiente edición nos gustaría que se pudieran ver avances técnicos en IA tanto en tecnología aplicada al taller como al recambista.



RECALVI PARTS

Pablo Quinteiro, director comercial.



1. Motortec ha sido sin duda la mejor edición en la que hemos participado. Para Recalvi Motortec 2025 fue además un reto logístico con la presencia de parte del Museo de la Fundación Recalvi en las instalaciones de IFEMA.

2. Motortec, ha sido un impulso para todos nuestros proyectos estratégicos con importantes acuerdos nacionales e internacionales.

3. Las más relevantes son la visibilidad de marca, las oportunidades

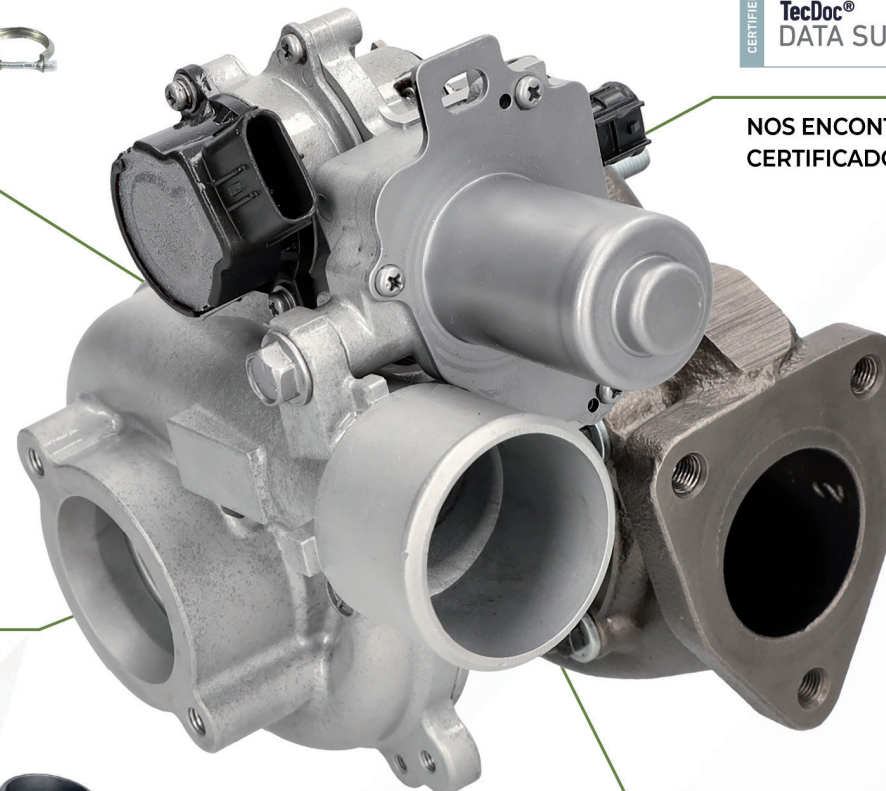
¿EXISTE EN EL MERCADO UN TURBO CON 4 AÑOS DE GARANTÍA?



KIT DE MONTAJE
INCLUIDO



LOGO ORIGINAL



NOS ENCONTRARÁS EN TECDOC
CERTIFICADO IATF



EMBALAJE ORIGINAL



LA RESPUESTA ES SÍ. ESTANFI TE OFRECE UNA GARANTÍA DE 4 AÑOS

POTENCIA Y SOSTENIBILIDAD PUEDEN IR DE LA MANO

4 AÑOS DE GARANTÍA • LA FABRICACIÓN RECONSTRUIDA ES 8 VECES MÁS LIMPIA CON EL MEDIO AMBIENTE • PRODUCTO EUROPEO • KIT DE MONTAJE INCLUIDO • RECONSTRUCCIÓN DE TURBOS ORIGINALES • COBERTURA DEL 80% DEL MERCADO.

ESTANFI
AUTOMOCIÓN

TURBO
SEKIDO
TURBOCHARGER



BRITPART
ESPAÑA

SANTANA
RECAMBIOS ORIGINALES

LAND ROVER

ODM
BEST TRANSMISSION GUARANTEED

ashika

Terrafirma

Continuador oficial
AUTOPLAS - FRENO
Distribución Automotriz

AIR-estanfi