

Los mecánicos se digitalizan: nueve de cada diez tienen cuenta en redes sociales y la mitad apuesta por la compra online

PRO Service presenta las conclusiones del estudio #soymecánico 2022 sobre hábitos de vida de los profesionales del taller

El ejercicio físico es la asignatura pendiente de los mecánicos: casi el 50% desarrolla una baja actividad física y uno de cada cinco no hace deporte

Madrid, 28 de septiembre de 2022 – Los profesionales de los talleres en España han entrado de lleno en la vida digital: casi el 90% de los mecánicos tienen cuenta en alguna red social o en varias, mientras que la mitad apuesta por realizar la compra de casa a través de plataformas online. Por otro lado, solo la mitad de los mecánicos realiza actividad física con regularidad.

Así se desprende de las conclusiones del estudio #soymecánico2022, una iniciativa de PRO Service, el distribuidor de Recambios Originales para el taller independiente del Grupo Volkswagen y productos de la marca HORUM, que tiene como objetivo presentar una perspectiva más personal de los mecánicos, coincidiendo con la vuelta a la actividad profesional tras las vacaciones.

A la hora de realizar sus compras para el hogar, el canal online sigue cobrando fuerza y ya supera al canal presencial, alcanzando el 49,3%. El dispositivo más utilizado para realizar las compras online es el Smartphone, con un 25,3% de cuota.

En las compras presenciales, que son el 47,7 %, destaca el supermercado cerca de sus domicilios o lugar de trabajo. A partir de los 50 años, siete de cada diez profesionales realiza las compras en lugares físicos, pero los mecánicos más jóvenes apuestan por los canales online.

En cuanto a las redes sociales, el 86% de los mecánicos dispone de una cuenta en una red social. La penetración es muy dispar: entre las nuevas generaciones las redes son muy populares, pero entre los de 51 y 64 años el porcentaje baja al 69%.

Instagram y Facebook son las redes sociales preferidas por los profesionales del taller, ambas por encima del 45% de penetración. Tik-Tok se sitúa con un 30,5% y es la red que más crece, acercándose a Twitter que alcanza una cuota entre el colectivo del 31,7%.

Hábito y ejercicio físico

Por lo que respecta a la práctica deportiva, #soymecánico2022 revela que el 48,4% de los mecánicos no realiza una actividad física de forma regular. De hecho, uno de cada cinco profesionales del taller no hace nada de ejercicio. En este ámbito, el fútbol sigue siendo el deporte rey, seguido del baloncesto, ciclismo y running en un segundo plano.

En cambio, los mecánicos muestran una serie de buenas prácticas para cuidar su salud a nivel personal y profesional. Dos de cada tres realizan más limpieza en el hogar y más de la mitad utiliza productos específicos para evitar contagios de COVID. Asimismo, uno de cada tres realiza un seguimiento controlado de su alimentación.

En otro orden de cosas, los viajes y el ocio con la familia o los amigos siguen capitalizando una inversión importante por parte de los profesionales del taller, y de hecho han crecido significativamente el pasado verano. En el ranking de gastos, la primera posición es para los viajes, con un 56,9%, seguidos del ocio con familiares y amigos con un 54,2%.

Joan Solans, gerente nacional de PRO Service, declaró: “En esta nueva entrega de la serie #soymecánico 2022 tras el periodo de vacaciones, descubrimos un profesional del taller en franca evolución de sus hábitos y preferencias personales. El día a día les exige mucho, pero cada vez están más digitalizados y prestan más atención a su tiempo libre y de ocio”.