

## **Tres de cada cuatro talleres están presentes en redes sociales, según el estudio #soymecánico2022**

La formación online duplica la formación presencial de los mecánicos y más del 80% cree que el contacto digital con los clientes será clave

Joan Solans, gerente nacional de PRO Service: “Nos hemos incorporado a TALENTIA, el programa de FP Dual de Volkswagen Group España Distribución, para atraer el mejor talento y el más digitalizado”.

**Madrid, 22 de noviembre de 2022 – La digitalización de los talleres cobra cada vez mayor importancia, según se desprende de la última entrega del estudio #soymecánico2022, que pone de manifiesto que tres de cada cuatro talleres tiene presencia en redes sociales.**

El estudio #soymecánico2022 es una iniciativa de PRO Service, el distribuidor de Recambios Originales para el taller independiente del Grupo Volkswagen y productos de la marca HORUM. En la última entrega de esta encuesta se pone énfasis en la formación del mecánico y en el nivel de digitalización de su lugar de trabajo.

Así, más de la mitad de los profesionales del taller (el 55,5%) ha realizado algún curso o tutorial en los último doce meses para mejorar su formación. Llama la atención que la formación online duplica la formación presencial, lo que pone de manifiesto la importancia de la digitalización en este ámbito.

Además, los profesionales de los talleres más grandes y los más jóvenes son quienes dedican más tiempo a la formación, algo indispensable su crecimiento y desarrollo profesional.

En este sentido, el gerente nacional de PRO Service, Joan Solans, explicó que los retos más importantes del taller son la formación de los profesionales y la atracción del talento al taller, así como la digitalización. “Desde PRO Service, estamos volcados con el sector y por eso nos hemos incorporado al programa de FP Dual TALENTIA, desarrollado por Volkswagen Group España Distribución para atraer al mejor talento y más digitalizado al proyecto”.

### **Redes sociales**

En cuanto a las redes sociales, el estudio revela que el 76% de los talleres tiene presencia en redes sociales, generalmente en una o dos, aunque las empresas con más personal son las más presentes en estos medios. Las más utilizada, con diferencia, es Facebook, mientras que son muy pocos los que trabajan para talleres con cuenta en Youtube o Tik Tok.

Los profesionales de los talleres creen que el contacto digital con los clientes será fundamental. Solo un 16% considera que no será útil y, por el contrario, el 84% asegura que lo utilizará bastante o, incluso, será la vía principal de contacto con sus clientes.

Los mecánicos conceden en general bastante importancia a la digitalización del taller, especialmente en áreas como marketing, ajenas al proceso productivo, y en la relación con los proveedores, posiblemente por las demandas de éstos a la hora de trabajar con el taller.

Aunque la mayor parte de los profesionales (el 61%) percibe que su taller está bastante o muy adaptado a la digitalización, aún hay cuatro de cada diez que no creen que el taller en el que trabajan tengan un adecuado nivel de digitalización.

Por otro lado, el estudio concluye que el coche es el medio utilizado mayoritariamente por los profesionales del taller para desplazarse a su lugar de trabajo (56%). De su lado, un 22,5% utiliza la moto. Muy pocos (7,5%) recurren al transporte público para llegar a su trabajo.

## **ACERCA DE PRO SERVICE**

**PRO Service** es una iniciativa del Grupo Volkswagen para la venta y distribución de Recambios Originales al taller independiente. Un cambio único en la gestión de la distribución de las marcas del grupo para adaptarse a las necesidades y dinámicas de trabajo de este tipo de talleres.