

## **#soymecánico revela las diferencias de hábitos y preferencias entre mecánicos y carroceros**

**PRO Service presenta una nueva entrega de las conclusiones del estudio, que suma más de 1.100 test de personalidad entre profesionales del taller**

**Los mecánicos dicen ser más deportistas que los carroceros y aseguran que colaboran más en las tareas del hogar**

**Madrid, 4 de enero de 2018 – PRO Service, iniciativa del Grupo Volkswagen para la venta y distribución de Recambios Originales de sus marcas al taller independiente, presenta una nueva entrega de la iniciativa #soymecánico, centrada en esta ocasión en las diferencias de hábitos, preferencias y otros aspectos entre los mecánicos y los carroceros.**

El estudio, que suma más de 600 encuestas y más de 1.100 test de personalidad entre profesionales de los talleres, pone de manifiesto que, si bien en algunos aspectos mecánicos y carroceros andan a la par, en otros ámbitos presentan diferencias muy significativas.

Así, según esta nueva oleada de #soymecánico, que se puede consultar en la web [www.soymecanico.es](http://www.soymecanico.es), los carroceros son mucho más “cafeteros” que los mecánicos, quienes, por el contrario, dicen ser mucho más deportistas que los carroceros (79% frente a un 59,3%).

Además, los mecánicos presumen de colaborar más en las tareas del hogar, con una tasa del 74% frente al 63% de los expertos en carrocería. El plato preferido de los mecánicos son las carnes rojas, mientras que el plato favorito de los carroceros es el cocido.

A los mecánicos les gusta vestir de forma elegante (36,8%), en tanto que los carroceros son más partidarios de la vestimenta informal (46,4%). Asimismo, los mecánicos tienen una vocación profesional más personal (40,0%) y en cambio los carroceros más familiar (41,9%).

En lo que ambos grupos de profesionales sí se ponen muy de acuerdo es que son mucho más de Reyes Magos que de Papá Noel. Y dentro de esta preferencia, los mecánicos se muestran incluso más apegados a Melchor, Gaspar y Baltasar, con un 73,2%, frente al 67% de los carroceros.

A través de la iniciativa #soymecanico, se han realizado más de 1.100 test de personalidad en la web [www.soymecanico.es](http://www.soymecanico.es). Además, el canal de YouTube de PRO Service con la serie registra más de 6.300 visualizaciones hasta la fecha, y casi 50.000 profesionales de los talleres conocen este estudio, según The Hub Automotive.

Aprovechando todos estos éxitos de la iniciativa, se han regalado a los talleres participantes de la promoción de Navidad “Los Reyes son los Premios”, una serie limitada y exclusiva de camisetas de #soymecánico.

# VOLKSWAGEN

GROUP ESPAÑA DISTRIBUCIÓN

## **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.*

### **Para más información:**

Mariano Collado  
Jefe de Prensa de Comunicación Corporativa  
Volkswagen Group España Distribución  
Tel.- 91 348 86 38  
[mariano.collado@volkswagengroup.es](mailto:mariano.collado@volkswagengroup.es)