

#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, 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. 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