

TurboCupones se posiciona en el mercado latinoamericano con su entrada a México

ComScore, Inc. (NASDAQ: SCOR), líder mundial en medición de audiencias de Internet, dio a conocer su último informe en el segmento de la población latinoamericana que visita páginas web en la categoría de cupones: Cerca de 12 millones de latinoamericanos visitaron un site de cupones durante el pasado mes de Abril, lo que representa un 10% de toda la población de América Latina.

TurboCupones México es la primera franquicia de la expansión de TurboCupones en Latinoamérica que llega con nueva tecnología y herramientas para dar mayor comodidad a los usuarios.

El buen momento de las ecommerce españolas y la confianza en el potencial del mercado latinoamericano son los principales argumentos de esta expansión internacional de la web de cupones de descuento.

En primer lugar, el sector de las ventas online se ha consolidado a lo largo de 2014, siendo España el primer país del sur de Europa en posicionarse en este mercado. Según el último informe de Ecommerce Europe, la facturación online española es de más de 14.000 millones de euros, a gran distancia de Italia, con unos 11.000 millones y Turquía, sobre unos 9.000 millones de euros. En plena campaña de Navidad las ecommerce españolas ocupan el ranquin de las que más venden en toda Europa. España es de los países que más exportan gracias al comercio electrónico.

En segundo lugar, las razones demográficas son obvias. La población total de usuarios de internet en Latinoamérica asciende a 176,3 millones, claramente encabezado por Brasil, con más de 70 millones de usuarios, seguido por México con 25,4 millones y Argentina con 18,5 millones de internautas. En un año el número de usuarios ha visto un incremento del 19%, siendo en 2013 de 147 millones de usuarios en la región.

México, en particular, contaba en 2013 con 51,2 millones de usuarios de internet, lo cual representó un crecimiento del 13% respecto al 2012. Se prevé que durante el 2014 se hayan alcanzado un 15% más de usuarios, teniendo en cuenta que los internautas mexicanos tienen una fuerte convicción en la compra online. México representa el 20% del total de usuarios de Internet en toda Latinoamérica, siendo los sectores más relevantes el de la música y películas, computadoras, ropa y boletos de espectáculos.

Es por estos motivos que TurboCupones ha incorporado nuevas prestaciones en la usabilidad de su web, con el objetivo de entrar fuerte en el mercado Latinoamericano. Entre las características distintivas destaca que es una página de uso directo con el cliente final, a diferencia de otros competidores que funcionan con compras colectivas. En TurboCupones no es necesario registrarse para acceder al cupón. El usuario accede completamente gratis a las promociones y puede redimirlas

directamente en la tienda en la que vaya a realizar la compra.

Además, el usuario tiene a su disposición una herramienta de notificación específica con lo cual recibirá actualizaciones constantes de las ofertas de sus tiendas favoritas, escogidas por ellos mismos. Estos cupones son actualizados en tiempo real, de modo que tendrán siempre a su disposición cupones disponibles.

Más información en www.turbocupones.com.mx

Datos de contacto:

Diego Puentes

www.turbocupones.com.mx

1-561-4250364

Nota de prensa publicada en: [México, D.F.](#)

Categorías: [Internacional](#) [Franquicias](#) [Entretenimiento](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>