

Paga por la vista. No por el píxel.

Pagas solo por la atención que de verdad ocurrió — vista verificada por API oficial.

EL PROBLEMA · ALQUILAS ATENCIÓN QUE NO PUEDES VERIFICAR

36¢

de cada \$1 en programática de web abierta llega de verdad al consumidor.

Fuente: ANA, 2023

5,5%

del tiempo es lo que la gente mira los banners en lectura enfocada.

Fuente: Simonetti & Bigne, eye-tracking, 2024

EL CAMBIO · LA ATENCIÓN SE MUDÓ AL VIDEO CORTO

+10,7%

creció el gasto publicitario global en 2024, superando \$1 billón. No murió: se redistribuyó.

Fuente: WARC / GroupM, 2024

79,5%

de los adultos de Colombia son alcanzables en TikTok. Brasil y México: 3ª y 4ª del mundo.

Fuente: DataReportal / Kepios, 2025

CLIPPING VS PUBLICIDAD TRADICIONAL

	Tradicional	Clipping (Quanty)
Unidad de compra	Impresión (un píxel)	Vista verificada · API oficial
Formato	Anuncio que se ignora	Contenido nativo del creador
Verificación	Métricas del vendedor	API oficial + mínimo estable
Riesgo de gasto	Presupuesto que se quema	Techo duro: nunca pagas de más
Transparencia	Caja negra de fees	Fee + take + CPV a la vista

LOS NÚMEROS · EJEMPLO DE \$500 EN TIKTOK

\$500 depósito → \$465 pozo neto (-7% fee) → 75.600–201.500 vistas

CPV todo-incluido: US\$ 0,0025 – 0,0066 por vista verificada

Cara a cara: los mismos \$500 en banner ≈ 109.000 impresiones que se ignoran (CPM \$3,28 web abierta, ANA Q1 2025) — mismo coste por impresión (~\$0,0046), pero la nuestra es una vista que SÍ ocurrió.

El paid tradicional sigue ganando en awareness con fecha fija, targeting quirúrgico y respuesta directa. El clipping gana en costo por vista real, verificación y control del gasto.

Crea tu campaña · quancyclips.com

Fuentes: ANA 2023 y Q1 2025 · Simonetti & Bigne 2024 · WARC/GroupM 2024 · DataReportal/Kepios 2025. Cifras de TikTok = alcance publicitario potencial auto-reportado.