

Quanty clips

Paga por la vista.
No por el píxel.

Vistas verificadas en video corto del creador. Pagas solo por la atención que de verdad ocurrió.

La publicidad tradicional: alquilas atención que no puedes verificar

36¢

de cada \$1

que entra a la compra programática de web abierta llega de verdad al consumidor.

El resto se evapora en fees (29%) y desperdicio: impresiones no vistas, bots, tráfico inválido (35%).

Y aunque se vea, la gente lo ignora

5,5%

del tiempo

es lo que la gente mira los banners durante una lectura enfocada.

"Banner blindness": un fenómeno documentado y replicado a lo largo de 3 décadas.

La publicidad no murió. La atención se mudó.

+10,7%

creció el gasto publicitario global en 2024, superando \$1 billón por 1ª vez. El video corto es parte del mercado que crece.

Fuente: WARC / GroupM

79,5%

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

Fuente: DataReportal / Kepios

Clipping: pagas por vistas verificadas

Dentro de contenido nativo del creador, que la gente eligió ver — no un anuncio que saltan.

● API oficial

Las vistas se leen de la API oficial de la plataforma. Nada de métricas inventadas.

● Mínimo estable

Se paga el mínimo estable verificado de la serie, no el pico. Anti-fraude en el núcleo.

● Contenido nativo

El clip del creador, multiplicado en muchas cuentas con audiencia ya formada.

Clipping vs publicidad tradicional

	Publicidad tradicional	Clipping (Quanty)
Unidad de compra	Impresión (un píxel cargado)	Vista verificada · API oficial
Formato	Anuncio que se ignora	Contenido nativo del creador
Verificación	Métricas de quien te vende	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
Aprendizaje	Compra puntual, sin feedback	El Cerebro reasigna a lo que rinde

Los números: una campaña de \$500 en TikTok



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

La unidad que pagas —la vista verificada— YA es la unidad de valor. No hay un descuento escondido entre lo que pagas y lo que recibes.

El mismo dinero, distinta unidad

\$500 a cada lado. Lo que recibes NO es comparable.

Banner / display

≈ 109.000

impresiones viewable + humanas... que el banner blindness hace que se ignoren casi todas.

Clipping (Quanty)

75.600–201.500

vistas VERIFICADAS de contenido nativo que la gente eligió ver.

Costo por impresión-viewable ~\$0,0046 — dentro de nuestro CPV. Pagas lo mismo por una unidad que SÍ ocurrió.

Cómo funciona — transparente de punta a punta

1

Depositamos

Tu presupuesto entra a un escrow separado. Fee 7% desglosado.

2

Se distribuye

Cliperos publican tu contenido en muchas cuentas.

3

Se verifica

Cada vista se lee de la API oficial. Período anti-fraude.

4

Pagas lo real

Solo las vistas verificadas. Techo duro: nunca pagas de más.

Honestidad: cuándo la publicidad tradicional sigue ganando

No vendemos humo. El clipping gana en costo por vista real, verificación y control del gasto. Pero el paid tradicional tiene su lugar:

- Awareness masivo instantáneo con fecha fija (lanzamiento/evento): la subasta compra alcance ya.
- Targeting ultra-específico por edad/geo/intereses y retargeting de píxel.
- Respuesta directa con conversión atribuida (clic → compra, CPA/ROAS).
- Inventarios que el clipping no cubre: search, display premium, CTV/video largo.

Mide. Entrena. Mejora.

Convierte tu presupuesto en vistas que de verdad ocurrieron.

Crea tu campaña

Solicita una demo