Términos y condiciones del servicio

Octubre de 2026

A continuación, presentamos los términos y condiciones que rigen a los servicios publicitarios de los medios de comunicación que conforman IP Media SAS , le invitamos a leer atentamente este documento sobre el cual se basará el desarrollo y ejecución de sus productos publicitarios adquiridos.

CONTENIDO

Introducción **3**
Cláusula No 1. Restricciones de pauta 4
1. Restricciones internas 4
2. Restricciones de las plataformas 5
3. Productos vigilados por INVIMA 6
3.1 Bebidas energizantes 7
3.2 Medicamentos y suplementos 7
4. Otros requerimientos 8
Cláusula No 2. Derechos y deberes del anunciante 8
1. Derechos del anunciante 8
2. Deberes del anunciante 9
Cláusula No 3. Especificaciones Generales y Lineamientos Editoriales y Audiovisuales de los Productos Publicitarios 10
1. Lineamientos productos publicitarios 10
2. Lineamientos de estilo productos publicitarios 12
3. Lineamientos recursos audiovisuales 13
3.1 Especificaciones generales 13
3.2 Especificaciones de imágenes 14
3.3 Especificaciones de vídeo / audio / música 14
Cláusula No 4. Proceso de co-creación creativa 16
1. Proceso de producción y co-creación creativa 16

Cláusula No 5. Tiempos de consumo y cargos por reprogramación 18
1. Tiempos de consumo de productos 18
1.1 Vigencia inicial 18
1.2 Prórrogas 19
1.3 Reactivación 19
2. Servicio 24 horas y Servicio Express 20
3. Reprogramación de contenidos agendados 21
3.1 Sin justa causa 21
3.2 Con justa causa 21
3.3. Aplicación y excepciones 22
Cláusula No 6. Reposiciones y excepciones 22
1. Reposiciones 22
2. No hay lugar a reposiciones 24
Cláusula No 7. Otras especificaciones del servicio 25
Cláusula No 8. Avisos legales 27
1. Aceptación de la negociación 27
2. Reembolsos 27
Derecho de retracto 27
Cancelación de compra 27
3. Compensación por cancelación con propuestas entregadas 28
4. Aceptación de Especificaciones Generales y Lineamientos Editoriales y Audiovisuales de los Productos Publicitarios 28
5. Aceptación de uso de contenido de marca y resultados 29
6. Aceptación de política de tratamiento de datos personales 29
7. Cesión del contrato 29
8. Intereses de mora 29
9. Aceptación de los presentes términos y sus modificaciones 29

Introducción

Somos IP Media S.A.S, una empresa fundada en Barranquilla desde hace más de 10 años, dedicada a la creación de contenidos y medios de comunicación y cuya misión es influenciar de forma positiva sobre el bienestar integral de las personas y animales. Fomentamos una sociedad más justa, inclusiva y sostenible al promover la reflexión, el diálogo, el desarrollo humano y la innovación.

IP Media SAS es una empresa líder en comunicación digital, operando marcas como Última Hora Col, Última Hora Internacional y El Caimán Baq.

Enlaces a algunas de nuestras redes sociales:

- Instagram: https://www.instagram.com/ultimahoracol/
- Tik Tok: https://www.tiktok.com/@ultimahoracol_
- YouTube: https://www.youtube.com/@ultimahoracol

Contamos con más de 5.3 millones de seguidores en redes sociales, principalmente en Colombia y Latinoamérica. Nuestra audiencia es mayormente joven, profesional y activa en redes sociales.

¿Qué nos diferencia de otros medios de comunicación?

⚖️ **Equilibrio e independencia**

- Mantenemos una postura editorial alejada de los extremos políticos o ideológicos. No se trabaja con partidos u organizaciones políticas, garantizando así su independencia informativa.

🔍 **Transparencia y compromiso con la verdad**

- Cada contenido busca reflejar los hechos con claridad, precisión y sin sensacionalismo.
  La transparencia informativa es una prioridad en sus productos periodísticos.

📢 **Publicidad responsable**

Como parte de nuestro compromiso de influenciar positivamente, no trabajamos con contenido ofensivo, engañoso ni con sectores que atenten contra la integridad o el

bienestar como: apuestas, campañas orientadas directamente al consumo de alcohol, violencia o noticias falsas, entre otras; cuidamos cada detalle para que cada publicación sea atractiva, respetuosa, verificada y constructiva.

Nuestras campañas publicitarias, ofrecen:

📡 Alcance masivo: Llega a miles de usuarios interesados en temas relevantes como el de tu negocio.

⭐ *Co-creamos contigo* contenidos que cuentan historias: Apostamos por una línea editorial basada en *publicidad orgánica*, una comunicación que conecta de forma natural con la audiencia, sin parecer una venta directa.

📊 Resultados medibles: Obtendrás un informe detallado de los KPI's de su campaña.

Si es lo que buscas, te invitamos a contactarnos y seguir leyendo las condiciones de nuestro servicio.

Cláusula No 1. Restricciones de pauta

1. Restricciones internas

Cuidamos cada publicación que aparece en nuestros medios. Por eso, **no permitimos contenido que pueda afectar la integridad, el respeto o la legalidad**, incluyendo:

- Publicidad de bebidas alcohólicas y/o cigarrillos*
- Juegos de azar y/o apuestas.
- Artículos y/o servicios sexuales.
- Promovemos el vegetarianismo, por ende no promocionamos el consumo de carnes rojas y blancas.
- Contenido violento, ofensivo o discriminatorio.
- Noticias falsas, rumores o desinformación, sin importar que se requiera utilizar como estrategia de marketing.
- Armas, productos y/o servicios de temas que inciten el miedo, la violencia o afecten la dignidad humana.
- Uso indebido de imágenes con derechos de autor o sin autorización.

- Violencia animal y/o artículos de cuero.
- No promocionamos entidades públicas y/o publicidad política.
- No promocionamos modelos de negocio que busquen hacer asociaciones con ingresos económicos rápidos y fáciles.
- Clasificados en general (Pérdida de mascotas, compromisos sociales, entre otros).
- Contenido que degrade a una persona u organización, utilice el miedo o instrumentalice a hombres, mujeres o niños para mostrar sus cuerpos de una manera vulgar.
- Contenidos de opinión**.

***Nota sobre marcas asociadas a bebidas alcohólicas:** IP Media S.A.S. no promociona directamente el consumo de bebidas alcohólicas. Sin embargo, podrá evaluar, caso por caso, la promoción de eventos, experiencias o activaciones de marcas que comercialicen bebidas alcohólicas, siempre que la comunicación no tenga como objetivo principal incentivar, promover o normalizar el consumo de alcohol, y que dentro de la campaña se promocionen de manera clara productos de bebidas sin alcohol o alcohol 0.0.

En estos casos, las piezas no podrán estar dirigidas a menores de edad, ni asociar el consumo de alcohol con éxito social, diversión excesiva, seducción, rendimiento, estatus, bienestar o cualquier otro beneficio personal. IP Media S.A.S. se reserva el derecho de rechazar, modificar o solicitar ajustes sobre cualquier pieza que pueda interpretarse como promoción directa o indirecta del consumo de alcohol.

** **Nota sobre contenido de opinión:** Los contenidos de opinión podrán compartirse al correo comunidad@ultimahoracol.com para ser sometido a evaluación del equipo periodístico en caso que apliquen como noticia editorial.

2. Restricciones de las plataformas

Al trabajar en plataformas de terceros como el ecosistema Meta, debemos cumplir con sus normas comunitarias y políticas publicitarias. Por eso, **no pautamos ciertos productos, servicios o categorías restringidas** por dichas plataformas y por nuestras propias políticas.

- Réplicas de productos (ropa, celulares usados, calzado, perfumes, demás productos cuyas marcas están regulados por propiedad intelectual).

- Si el cliente desea promocionar marcas registradas (Apple, Samsung, Fila, Nike entre otras), éste debe ser un distribuidor autorizado de las mismas o demostrar que su proveedor es un distribuidor autorizado. Para esto último solicitaremos una muestra de factura de compra y/o declaración de importación de los artículos que el cliente desee promocionar con el fin de asegurar no romper reglas de propiedad intelectual de las marcas y respetar las leyes de comercio exterior.
- Productos a base de cannabis. Ver más
- Promoción de Inversión en criptomonedas o plataformas de intercambio sin certificado de autorización de Meta. Ver más
- Venta de streaming por proveedores no autorizados.
- Los anuncios de farmacias online solo se permiten con una autorización previa por escrito. Meta requiere que las farmacias online que quieran publicar anuncios tengan la certificación de LegitScript. Ver más

Normas comunitarias de Instagram

Políticas de Meta

3. Productos vigilados por INVIMA

En caso de distribuir productos que requieran registro INVIMA, se debe solicitar al cliente el certificado INVIMA de los productos a promocionar. Los productos que requieren INVIMA son:

- Alimentos
- Bebidas alcohólicas
- Cosméticos
- Productos de aseo, higiene y limpieza
- Plaguicidas de uso doméstico
- Dispositivos médicos
- Equipo biomédico
- Equipo reactivo de diagnóstico
- Medicamentos homeopáticos

- Suplementos dietarios, fitosanitarios, componentes anatómicos.

Preguntas frecuentes INVIMA

Consultar registro AQUÍ

3.1 Bebidas energizantes

En cualquier medio de publicidad, las bebidas energizantes deben incluir las siguientes leyendas:

1. “Contenido elevado en cafeína”. Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeína expresado en mg/100 ml.
2. “La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas”.
3. “No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas”.
4. “Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años”.
5. “Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeína”

NOTA. Las leyendas aquí mencionadas deben ocupar al menos el 10% de la parte inferior de la publicidad.

Resolución 4150/2009

3.2 Medicamentos y suplementos

La información y publicidad de estos productos deberá realizarse dando cumplimiento a la reglamentación expedida por el Ministerio de Salud y Protección Social. Los titulares, importadores y fabricantes de estos productos, informarán sobre las piezas publicitarias de manera previa al INVIMA, y los medios de comunicación a utilizar previo a la publicación de las piezas.

Decreto Ministerio de Salud No 334 de 2022

Decreto Ministerio de Salud No 3249 de 2006

Políticas de publicidad de Meta sobre salud y bienestar

4. Otros requerimientos

a. **Profesionales independientes:** como parte de nuestras verificaciones de seguridad, se podrá solicitar para el desarrollo de cualquier producto la tarjeta profesional a negocios o empresas de abogados, médicos, arquitectos, nutricionistas, entre otros.

b. **Concursos:** es posible promocionar concursos siempre y cuando el ganador se elija por mérito (ej. cumplir una meta, responder preguntas correctamente, mostrar creatividad, etc.), en dichos casos no se requiere contar con autorización de COLJUEGOS.

c. Para comercializar **alimentos para animales** en Colombia, es necesario obtener el registro o licencia de venta ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). Este registro certifica que el alimento cumple con los estándares de calidad y seguridad necesarios para su consumo por parte de los animales.

Cláusula No 2. Derechos y deberes del anunciante

1. Derechos del anunciante

Todo cliente tiene derecho a:

a. Contar con un coordinador(a) y un creativo(a) que lo acompañarán en la ejecución de su campaña.

b. Recibir asesoría sobre las especificaciones de sus productos, sus beneficios, restricciones y recomendaciones para el éxito de su pauta, esto incluye indicaciones sobre la elección de material audiovisual, palabras claves, titulares, entre otros.

c. Revisar todas las propuestas o avances del desarrollo de su campaña para brindar retroalimentación y aprobación oportuna de las piezas antes de ser publicadas.

d. Solicitar reservas de espacios disponibles para la publicación de sus productos teniendo en cuenta las especificaciones y cargos por reprogramación de la cláusula No 5 de este documento

e. Ser notificado de todas aquellas circunstancias internas o externas que puedan afectar el rendimiento de sus productos tales como caídas de las plataformas.

f. Recibir un informe de resultados al finalizar su campaña para su respectivo análisis y documentación del servicio prestado por nuestra empresa.

2. Deberes del anunciante

Todo cliente se obliga a:

a. Cancelar el valor de los productos adquiridos en la forma y tiempos estipulados en su factura, contrato o equivalente.

b. Asignar un representante de su empresa para mantener una comunicación fluida con el equipo asignado al desarrollo de la campaña publicitaria.

c. Suministrar la información de su campaña y piezas gráficas, en los tamaños y tiempos establecidos por su coordinador asignado, a fin de garantizar un adecuado proceso de co-creación, producción y difusión de su campaña publicitaria.

d. Revisar y aprobar todas las propuestas o avances de sus productos, brindando retroalimentación oportuna a través de los medios elegidos para la comunicación conjunta y en los tiempos necesarios para no entorpecer la ejecución de los productos y poder cumplir con las fechas de publicación acordadas.

e. Hacer todo lo que esté a su alcance para que sus contenidos sean publicados en los espacios reservados para su marca a fin de no afectar la disponibilidad de espacios para otros pautantes. En caso de que el cliente incumpla con las reservas solicitadas sin justa causa aplicarán los cargos por reprogramación según cláusula No 5 de este documento, si el cliente incurre 2 veces en un reagendamiento sin justa causa, éste no podrá realizar más reservas y sus productos se agen arán por la coordinadora según horarios disponibles.

f. Mantener un trato respetuoso, cordial y profesional con todos los miembros de nuestro equipo.

g. Abstenerse de realizar regalos a los miembros de nuestro equipo.

Cláusula No 3. Especificaciones Generales y Lineamientos Editoriales y Audiovisuales de los Productos Publicitarios

1. Lineamientos productos publicitarios

a. Usted puede consultar información sobre nuestros productos publicitarios y el portafolio y cotización enviada por su asesor comercial asignado, le incentivamos a revisar detenidamente su cotización, ya que cada producto goza de diferentes niveles de beneficios.

b. **Si el cliente desea exclusividad sectorial,** es decir, que no se publiquen otros clientes del mismo sector en nuestras plataformas digitales durante un periodo determinado, podrá solicitar una cotización personalizada para acceder a dicho servicio.

   Salvo que exista una cotización, factura, contrato o autorización escrita que reconozca expresamente dicha exclusividad, la compra de productos publicitarios no implica exclusividad sectorial ni impide que IP Media S.A.S publique contenidos de otros anunciantes del mismo sector.

c. El agendamiento de la publicación de los productos adquiridos está sujeto a la disponibilidad de espacios en nuestro calendario y al correcto funcionamiento de las plataformas digitales.

d. Todos nuestros productos publicitarios deben incluir de forma visible y clara el hashtag **(etiqueta) #patrocinado, #publicidad o** *través* **comercial**, en cumplimiento de la *Guía de Buenas Prácticas en la Publicidad a través de Influenciadores* de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).
   Este requisito aplica para **todos los pautantes**, incluidas las sociedades sin ánimo de lucro, sin importar si el producto incluye o no un texto descriptivo.

   📌 **Para los productos que no contienen texto descriptivo (copy)**, la leyenda deberá integrarse como **etiqueta o texto visible en el contenido, portada o miniatura**.

e. Nos aseguramos de que cada pauta cuente con al menos una (1) hora de visibilidad exclusiva, lo que significa que no se publicará otra pauta una hora antes ni una hora después de su difusión.

📌 Esta visibilidad exclusiva no constituye exclusividad sectorial, ni impide que IP Media S.A.S que el cliente haya de otros anunciantes del mismo sector en otros horarios, salvo que el cliente haya contratado expresamente un servicio de exclusividad sectorial.

📌 Esta medida **no aplica para contenidos periodísticos y/o editoriales**, ya que su publicación responde a la coyuntura noticiosa y a la inmediatez de los hechos.

f. Por cada producto adquirido usted cuenta con hasta dos cambios a las propuestas presentadas por nuestro equipo, cualquier modificación adicional tendrá un costo adicional, de acuerdo con las siguientes tarifas:

🔄 Cambio de enfoque de la campaña: $310.000 COP
📰 Cambio de titular: $60.000 COP
✍️ Cambio de copy (texto descriptivo): $110.000 COP
🎬 Cambio de guión: $210.000 COP
🎥 Cambio de grabación: $310.000 COP
🖥️ Cambio de edición: $300.000 COP

Los errores atribuibles a IP Media S.A.S. se corrigen sin costo y no se contabilizan dentro de los dos cambios o rondas permitidos al cliente por producto.

g. Si un cliente lo requiere, puede solicitar que su producto sea publicado con los comentarios bloqueados y el cliente será notificado de que esta medida afecta directamente los resultados de su producto, por lo cual la promesa de venta del mismo tendrá una reducción del 15%. Ejemplo: Si un cliente compra una nota digital (post), con una promesa de venta de 120.000 cuentas alcanzadas, pero al momento de publicar el cliente solicita salir sin comentarios, nuestra empresa responderá por 102.000 cuentas alcanzadas, lo que representa el 85% de la promesa de venta original. Esta medida aplica para cualquier producto que sea susceptible de recibir comentarios.

h. Si un cliente lo requiere, puede solicitar la eliminación de comentarios en su producto publicado siempre y cuando esos comentarios sean ofensivos, inciten a la violencia, odio y/o contengan acusaciones hacia la marca sin argumentos, no obstante, como medio no censuramos los comentarios que reflejen opiniones personales, puntos de vista, experiencias.

i. Si un cliente lo requiere, puede solicitar que su producto sea publicado sin la mención de su marca, sin embargo, esto no lo exime de que sus productos deban incluir el numeral o etiqueta de #patrocinado, #publicidad o #aliadocomercial; lo anterior en cumplimiento a los parámetros de la Guía de Buenas Prácticas en la Publicidad a través de Influenciadores de la Superintendencia de Industria y Comercio.

j. Si un cliente lo requiere, prestamos el servicio de diseño gráfico y/o edición de imágenes para uso en los productos, el cual tiene un costo adicional que se cotizará en caso de ser requerido.

k. No se realizan publicaciones “en colaboración” ya que esto compromete a nuestras marcas como coautores de la información. Este beneficio está incluido únicamente en el producto ‘Derechos de pauta’ sujeto a cotización y en el cual nos reservamos el derecho de aprobación.

l. Nos reservamos el derecho de retirar cualquier contenido publicado (post o videos en carrusel) una vez hayan transcurrido 72 horas desde su publicación, sin necesidad de notificación previa al cliente, en caso de que dicho contenido infrinja las políticas internas de la compañía o las normas comunitarias de plataformas como Meta, Tik Tok, YouTube u otras en las que tengamos presencia.

2. Lineamientos de estilo productos publicitarios

Co-creamos contigo contenidos que cuentan historias; es decir, apostamos por una línea editorial basada en *publicidad orgánica*: una comunicación que conecta de forma natural con la audiencia, sin parecer una venta directa.

a. Manejamos un lenguaje sobrio y neutral, por ejemplo:

- No tomamos posturas de favoritismo al momento de comparar o hablar sobre un producto, servicio o persona (a menos que pueda ser demostrado con documentos). Ejemplo: usamos “uno de los mejores productos” en lugar de “el mejor producto”.
- No usamos superlativos que exageren los beneficios de un producto, servicio o empresa. Ejemplo: no usamos palabras como “increíble”, “revolucionario”, “nunca antes visto”, entre otros.

- No tuteamos. Ejemplo: usamos “entérese de esta promoción” en lugar de “entérate de esta promoción”.
- No realizamos el uso de anglicismos (palabras en inglés) a menos que estas no tengan traducción al español a fin de que toda la audiencia pueda comprender el mensaje. Ejemplo: Usamos “Andrés Calero, entrenador de ABC” en lugar de “Andrés Calero, coach de ABC”.

b. Nuestra audiencia tiende a rechazar los contenidos percibidos como publicidad directa. Por ello, no está permitido incluir el nombre de la empresa o marca en el titular. En su lugar, se emplean términos familiares que generen cercanía e interés, incentivando a las personas a continuar leyendo.

3. Lineamientos recursos audiovisuales

3.1 Especificaciones generales

a. El cliente debe suministrar las imágenes, videos y en general los contenidos audiovisuales a utilizar en su campaña publicitaria, En IP Media no manejamos banco de imágenes y/o videos propios, no obstante, en caso de que el cliente necesite apoyo con el material audiovisual, es posible proponer piezas de bancos de imágenes gratuitos o con licencia libre.

b. Las imágenes, audios, vídeos, entre otros recursos audiovisuales que el cliente desee usar en su producto deben ser libres de derechos de autor (copyright free) o en su defecto el cliente debe contar con la licencia o autorización del uso de dichos recursos.

c. La imágenes o contenido que el cliente envíe para uso en portadas o multifoto (carrusel), no deben ser visualmente impactantes (ejemplo: acné excesivo, sangre), así mismo no deben contener un lenguaje obsceno, mostrar violencia de ninguna índole, contenido sexual o maltrato animal.

d. Para campañas publicitarias compuestas por más de una publicación, el título e imagen de portada debe ser diferente en cada publicación a fin de conservar el sentido de relevancia de nuestras noticias. Las imágenes y contenido de multifoto (carrusel) si se pueden repetir.

3.2 Especificaciones de imágenes

a. No publicamos collage o imágenes de “antes y después” de transformaciones físicas de una persona, animal o cosa.

b. La imagen de portada para el producto ‘nota digital’ debe ser una imagen limpia; es decir, esta no debe contener logos sobrepuestos ni textos añadidos; no obstante, es posible considerar imágenes en las que un logo esté incorporado como elemento natural de la fotografía (Ej. merchandising que aparece en la imagen).

c. Las imágenes en general, no deben incluir artículos de índole sexual o con desnudos, artículos de cuero, armas, bebidas alcohólicas, cigarrillos, carnes rojas y blancas, cannabis, ni ninguna pieza que fomente el consumo de dichos productos.

   Excepción condicionada: Podrán evaluarse piezas asociadas a eventos, experiencias o activaciones de marcas que comercialicen bebidas alcohólicas, siempre que el enfoque de la campaña no sea el consumo de alcohol y que dentro de la comunicación se promocionen de manera clara productos de bebidas sin alcohol o alcohol 0.0. La presencia visual de bebidas alcohólicas no podrá ser protagonista ni incentivar su consumo.

d. Para publicar imágenes/videos de menores se debe contar con la autorización por escrito de los padres y/o tutores legales. Es posible utilizar imágenes de menores tomadas de un banco de imágenes de uso gratuito.

e. Para publicar imágenes/vídeos de personajes públicos o famosos, se debe contar con autorización de estos, donde quede explícito que usted cuenta con su permiso para hacer uso comercial de su imagen en redes sociales o medios digitales. La autorización debe estar vigente hasta la fecha de la publicación, lo anterior de acuerdo a la Ley 1581 de 2012.

3.3 Especificaciones de vídeo / audio / música

Todo contenido audiovisual debe ser sometido a revisión de derechos de autor, políticas de las plataformas donde se publicará campaña (Meta, Tik Tok, YouTube) y políticas internas de IP Media, por ello se requiere que el cliente envíe todos los contenidos audiovisuales de su campaña con al menos 48 horas de anticipación a la

fecha de publicación. De presentarse restricciones en el uso del contenido audiovisual, nuestro equipo le explicará las razones y posibles ajustes; de no ser posible realizar ajustes, los contenidos deberán ser cambiados.

a. Nuestro equipo podrá sugerir una canción o audio libre de derechos de autor, pero es responsabilidad del cliente hacer el respectivo ajuste para usar el contenido.
b. Los videos para uso en carrusel de los productos 'nota digital' y 'carrusel nota editorial' deben ser de máximo 59 segundos para que Instagram no los recorte.
c. Si el cliente va a usar música sugerimos que sea de una de las siguientes plataformas a fin de agilizar los tiempos de revisión de derechos de autor., las cuales no presenta problemas por derecho de autor de la música:
    - https://mixkit.co/free-stock-music
    - Audio library de youtube
    - Envato Elements

    El cliente debe compartir al coordinador(a) de su campaña la fuente que escoja y el nombre de la canción que tenga en sus vídeos para realizar una segunda validación de derechos de autor.
d. Si el video proporcionado por el cliente incluye música de una plataforma distinta a las recomendadas, **es obligatorio** compartir:
    - El **nombre de la canción**,
    - El **enlace a la plataforma** de donde fue tomada, y
    - El **tipo de licencia** que autoriza su uso.

    Sin esta información, **no es posible publicar el video**, ya que debemos verificar que no se infrinjan derechos de autor.

Cláusula No 4. Proceso de co-creación creativa

1. Proceso de producción y co-creación creativa

1. Para iniciar la coordinación y creación de los productos, el cliente debe enviar material de su campaña con anticipación suficiente y de acuerdo al siguiente rango de horarios antes de la fecha de publicación de sus productos:

- Nota digital (post): 3 días hábiles
- Nota de video: 5 días hábiles
- Carrusel nota editorial: 3 días hábiles
- Historia: 1 día hábil
- Repost: 1 día hábil
- Encuesta: 1 día hábil
- Inmersión en la marca: 7 días hábiles
- Sonidos de la calle: 7 días hábiles
- Entrevista pregrabada: 5 días hábiles

Este rango de tiempo permite abordar la generación del borrador del producto, la revisión del cliente y la realización de las respectivas modificaciones para aprobación final antes de la fecha de publicación.

2. El cliente debe diligenciar un formulario (brief) en donde consignará toda la información relevante para la construcción de su campaña. De igual manera, se acepta todo el material adicional que el cliente quiera compartir, tales como comunicados de prensa, artículos web, entre otros.
3. El cliente es responsable de aportar las piezas audiovisuales que desea utilizar para su campaña; las cuales serán revisadas y aprobadas por nuestro equipo conforme al numeral 3 “Lineamientos de recursos audiovisuales” de la cláusula 3.
4. Con base en la información del brief y piezas audiovisuales, nuestro equipo presentará propuestas de contenido para aprobación del cliente, agotado el número de cambios permitidos (2 cambios por producto), si el cliente no desea tomar en cuenta las recomendaciones de nuestro equipo, se podrá avanzar con la publicación del producto siempre y cuando:
   - Los elementos del producto (copy, titulares, guion, recursos, etc.) no incumplan los presentes Términos y Condiciones, y
   - El cliente acepta que, bajo esas circunstancias, nuestra empresa no se hace responsable por los resultados del producto (alcance garantizado según cotización) y perdería el derecho de reposición.

5. Todo el material asociado a cada producto (portadas, textos, recursos audiovisuales, entre otros) debe ser revisado por la coordinadora asignada y **aprobado por el cliente con al menos 2 horas de anticipación a la hora agendada para la publicación**.

   ⏰ En caso de que falte material, no se reciba aprobación del cliente o se soliciten cambios dentro de las 2 horas previas a la publicación, el producto podría no ser publicado en el horario previsto, e incluso podría no salir al aire ese mismo día, dependiendo de la disponibilidad de la agenda.

   📆 En estos casos, la pauta será re agendada al siguiente espacio disponible y se y se someterá a revisión para determinar si se trata de un reagendamiento sin justa causa. Si la falta de material, la demora en la aprobación final o los cambios solicitados por el cliente impiden publicar en el horario acordado, sin justa causa y siempre que IP Media S.A.S. haya cumplido sus tiempos y obligaciones, se aplicará el cargo por reprogramación conforme al numeral 3 “Reprogramación de contenidos agendados” de la cláusula 5.

   ⚠️ Por esta razón, es fundamental que el cliente revise y apruebe todos los contenidos y materiales de su producto con un tiempo prudente y mayor a las 2 horas antes de la salida al aire de la publicación

6. Todas las métricas de resultados se recopilan directamente desde cada plataforma transcurridas 72 horas posteriores a la publicación del producto, tiempo estándar para evaluar su rendimiento. Con base en estos datos, se elabora un informe general que es entregado al cliente al finalizar su campaña.

   📊 Si el cliente lo solicita, se pueden enviar métricas preliminares para su conocimiento, pero estas no se considerarán como el resultado definitivo del producto ni como base para evaluar el cumplimiento del objetivo de interacción..

Cláusula No 5. Tiempos de consumo y cargos por reprogramación

1. Tiempos de consumo de productos

1.1 Vigencia inicial

Cada producto publicitario, obsequio y/o bonificado tiene un tiempo de consumo de 15 días calendario acumulativos. Es decir, si un cliente compra 1 nota digital (post) y 1 historia, el cliente podrá consumir estos productos en un periodo de 30 días calendario. Este tiempo de consumo empieza a partir del día que el equipo de coordinación de pautas contacta al cliente para coordinar contenidos.

Ejemplo práctico de tiempo de consumo:

*Un cliente adquiere el **21 de septiembre** un paquete que incluye **2 notas digitales (post)**. Al tratarse de **2 productos**, cuenta con un plazo de **30 días calendario** para consumirlos.*

*El equipo de coordinación de pautas se comunica con el cliente el **22 de septiembre** para iniciar el proceso. A partir de esa fecha comienza a contar el tiempo de consumo, lo que significa que el cliente podrá utilizar sus productos hasta el **22 de octubre** como fecha límite.*

1.2 Prórrogas

Si un cliente necesita un plazo de publicación mayor al establecido en nuestros Términos y Condiciones, deberá solicitar la prórroga a su coordinador(a) o ejecutivo(a) comercial, para la correspondiente evaluación. En caso de que se apruebe, quedará registrada por escrito con el nuevo vencimiento y los cargos aplicables.

Cada producto pendiente podrá contar con hasta cinco (5) días calendario adicionales sin costo, contados desde el vencimiento original. Estos días no son acumulables entre productos ni pueden trasladarse de un producto a otro.

Ejemplo: si dos (2) productos quedan pendientes, el cliente podrá contar con cinco (5) días calendario adicionales sin costo para hacer uso de ambos productos. Es decir, no se contabilizan 10 días, sino 5 para el total de la campaña pendiente.

Vencido el plazo de gracia, el cliente podrá ampliar la vigencia de su campaña con un cargo de $50.000 COP por cada semana adicional o fracción de semana, independientemente de la cantidad de productos pendientes.

Cada semana corresponde a siete (7) días calendario. Si se requiere un plazo menor, se cobrará igualmente el valor de una semana completa.

Ejemplo: después de los cinco (5) días adicionales sin costo:

Si queda un producto pendiente y el cliente solicita dos semanas adicionales, el cobro será de $100.000 COP.

Si quedan dos o tres productos pendientes y el cliente solicita tres semanas adicionales para completarlos, el cobro total será de $150.000 COP.

El plazo máximo de prórroga será de treinta (30) días calendario por producto, contados desde el vencimiento original aplicable a ese producto e incluidos los cinco (5) días adicionales sin costo. Cualquier extensión posterior requerirá autorización expresa de la Dirección General.

1.3 Reactivación

Si el cliente no utiliza sus productos dentro de los plazos establecidos y no presenta una solicitud de prórroga a su coordinador(a) o ejecutivo(a) comercial, los productos se considerarán desistidos y no habrá lugar a reembolso.

Una vez vencido el plazo de consumo, se contará un periodo adicional de 30 días calendario para que el cliente pueda notificar su intención de reactivar los productos, presentando una justificación válida. Esta solicitud será evaluada por la Dirección Comercial, sin que ello implique su aprobación automática.

La aprobación de la reactivación se sujetará al plazo máximo de treinta (30) días y al cargo por ampliación de la vigencia de la campaña establecido en el numeral 1.2 de esta cláusula. La fecha de solicitud o aprobación no reinicia ese plazo, que se

cuenta desde el vencimiento original aplicable al producto. Cualquier extensión posterior requerirá autorización expresa de la Dirección General.

En caso de que el cliente adquiera productos o paquetes dentro de una campaña específica (por ejemplo, Black Days, Amor y Amistad, entre otros), el tiempo de consumo aplicable será el que se indique en los términos y condiciones de dicha campaña.

2. Servicio 24 horas y Servicio Express

1. Cuando el cliente solicite la ejecución y publicación de un producto en hasta veinticuatro (24) horas calendario, se aplicará uno de los siguientes recargos sobre el valor del producto seleccionado:
    - **Servicio 24 horas:** más de cuatro (4) y hasta veinticuatro (24) horas: 10 % adicional.
    - **Servicio Express:** hasta cuatro (4) horas hábiles, con publicación el mismo día: 20 % adicional, conforme al tarifario vigente.

    Los dos recargos no se suman entre sí.
2. El plazo se cuenta a partir de la entrega del brief debidamente diligenciado y de la información y los materiales necesarios para desarrollar el producto. No se cuenta a partir del pago ni del ingreso del cliente a coordinación.
3. Los siguientes productos aplican tanto al Servicio 24 horas como al Servicio Express:
    - Nota digital (post)
    - Historia
    - Artículo web
    - Ráfaga de historias (x3)
    - Carrusel nota editorial
4. Para estos servicios, las horas hábiles se cuentan de 8:00 a.m. a 12:00 m. y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m., de domingo a domingo. La ejecución y publicación estarán sujetas a disponibilidad de agenda y a la aprobación oportuna del cliente.

3. Reprogramación de contenidos agendados

Una vez reservado el espacio de publicación de un producto, el cliente puede reagendar su publicación hasta máximo 24 horas calendario antes de la hora original de la reserva sin incurrir en cargos adicionales.

Si la reprogramación se solicita con menos de 24 horas y esta es sin justa causa, se aplicará un cargo por reprogramación del:

Diez por ciento (10 %) sobre el valor unitario del producto según facturación.

A continuación se presentan los escenarios sin y con justa causa:

3.1 Sin justa causa

Cuando, por causas atribuibles al cliente, no se entrega oportunamente el material gráfico o audiovisual, no se recibe la aprobación final o se solicitan cambios que impiden publicar en el espacio reservado y obligan a reprogramar.

Se podrá reservar un nuevo espacio mientras el cliente gestiona el pago del cargo por reprogramación, sujeto a disponibilidad de agenda. La campaña podrá continuar en producción, pero la publicación solo se ejecutará una vez confirmado el pago completo del cargo correspondiente. Si el pago no está confirmado para la nueva fecha y hora reservadas, el producto no se publicará en ese espacio.

3.2 Con justa causa

Se entiende por justa causa una circunstancia extraordinaria, comprobable y razonablemente ajena al control del cliente que imposibilite mantener la publicación programada.

Son ejemplos de justa causa:

- Fallas técnicas graves en las redes sociales o página web del cliente que impidan mantener la publicación programada.
- Hackeos o intrusiones en las redes sociales o página web del cliente que impidan mantener la publicación programada.
- Retrasos en el lanzamiento del producto, servicio, campaña o evento por permisos, autorizaciones legales o registro INVIMA, cuando se deban a circunstancias

externas extraordinarias y comprobables y no a demoras previsibles o atribuibles a la gestión del cliente.

- Cambios de fecha de lanzamiento del producto, servicio, campaña o evento que correspondan a una decisión general y comprobable de la empresa cliente y afecten necesariamente la ejecución de la campaña o publicación.
- Motivos de fuerza mayor como desastres naturales, alteraciones del orden público en la zona de operación del cliente o fallecimientos de fundadores o directivos que repercutan en la operación de la empresa.
- Caídas generales de plataformas transaccionales, bancos o proveedores tecnológicos, u otras circunstancias externas equivalentes que impidan mantener la publicación programada.

No constituyen justa causa la falta de aprobación, incluida la del cliente final, la entrega tardía de materiales, los cambios particulares sobre la pauta reservada ni otras circunstancias previsibles o atribuibles a la organización, planificación o gestión del cliente. Los cambios de fecha de lanzamiento solo se consideran justa causa cuando cumplen las condiciones señaladas anteriormente.

3.3. Aplicación y excepciones

Los cargos por reprogramación y por prórroga podrán coincidir y se cobrarán ambos cuando se cumplan las condiciones de cada uno: el primero corresponde a la pérdida del espacio reservado y el segundo a la ampliación del plazo de consumo.

Cualquier excepción a las condiciones establecidas en estos Términos y Condiciones deberá contar con autorización expresa de la Dirección General. La aprobación ordinaria de prórrogas dentro de los límites establecidos se realizará conforme al numeral 1.2 “Prórrogas” de la cláusula 5; las reprogramaciones con justa causa prevista en esta cláusula no generan cargo.

Estas condiciones buscan proteger los tiempos, recursos y espacios comprometidos y asegurar el cumplimiento de los acuerdos entre las partes.

Cláusula No 6. Reposiciones y excepciones

1. Reposiciones

a. Cada cliente tiene derecho al cumplimiento de la promesa de interacciones especificada en su cotización, la cual se contabiliza de manera consolidada y no por producto, es decir, al finalizar la campaña se entrega un informe con las métricas de cada producto, pero se mide el cumplimiento de nuestro servicio con la sumatoria de los resultados de todos los productos, exceptuando la promesa de venta de los productos bonificados.

b. Si al finalizar la campaña no se alcanza el número de interacciones pactado, el cliente tendrá derecho a una reposición. Esta consistirá en la publicación de una salida adicional que permita lograr el nivel de alcance o interacción acordado y que cumpla las condiciones de los literales subsiguientes.

c. El producto de reposición será seleccionado por nuestro equipo con base en su potencial para cumplir el objetivo de alcance o interacción acordado, y podrá ser diferente a los productos adquiridos inicialmente. Una vez definido, se notificará al cliente para su aceptación.

d. Una vez IP Media S.A.S. notifique al cliente la reposición propuesta, el cliente tendrá un plazo máximo de cinco (5) días hábiles para aceptarla o presentar observaciones. Vencido este término sin respuesta, se entenderá que el cliente desiste de la reposición ofrecida.

e. Una vez el cliente acepte la reposición, contará con quince (15) días calendario para consumirla, contados desde la aceptación de la reposición.

   IP Media S.A.S. podrá proponer el enfoque creativo, editorial y estratégico que considere más adecuado, con base en su experiencia, el comportamiento de la audiencia y las métricas obtenidas en la campaña inicial, con el fin de aumentar las posibilidades de cumplimiento de la promesa de resultados.

   Si el cliente no está de acuerdo con el enfoque recomendado por IP Media S.A.S e insiste en ejecutar la reposición con un enfoque distinto, el producto podrá ser publicado conforme a la solicitud del cliente, siempre que no incumpla los presentes Términos y Condiciones ni las políticas internas de la empresa. En este caso, el cliente acepta que IP Media S.A.S. no será responsable por el

cumplimiento de la promesa de resultados de interacción de la campaña, y que, si la campaña no alcanza el desempeño esperado, no habrá lugar a una nueva reposición, compensación, reembolso ni medida adicional por ese concepto.

f. Si nuestro equipo comete un error durante la publicación de un producto como información incorrecta, elementos mal ubicados o publicación en una fecha u horario distinto al acordado, se procederá de la siguiente manera:

🔧 **Corrección sin eliminación:** Si el error puede corregirse directamente sobre el producto publicado, el ajuste se realizará lo antes posible. En estos casos, nuestro equipo evaluará, de acuerdo con el tiempo transcurrido desde la publicación y la gravedad del error, si corresponde aplicar una reposición, conforme al Manual de Satisfacción. Si aplica reposición, esta se realizará con el mismo tipo de producto originalmente adquirido por el cliente.

♻️ **Eliminación y nueva publicación:** Si el error requiere eliminar o archivar el producto, el cliente tendrá derecho automático a una reposición, la cual se publicará en un nuevo espacio disponible. Las métricas se contabilizarán desde la nueva publicación. La reposición se realizará con el mismo producto adquirido por el cliente, con excepción de los productos: Inmersión en la marca, Sonidos de la calle, en cuyos casos el producto será seleccionado por nuestro equipo con base en su potencial para cumplir el objetivo

f. En caso de que una red social presente fallas en su funcionamiento, se le avisará al cliente para tomar acciones sobre la publicación de su producto, siendo este un factor externo que no representa una falta en la prestación de nuestros servicios, por lo cual se podrán aplicar alguna de las siguientes acciones:

- **Si el producto ya fue publicado:** Se dará la opción de archivar o bajar la pauta y se enviarán nuevos horarios disponibles para republicar el producto, en cuyo caso el cliente no tendrá que pagar valor adicional y se tomarán estadísticas solamente del producto republicado.
- **Si el producto no ha sido publicado:** Se le avisará al cliente para reagendar su producto, el cual no será publicado hasta no evidenciar la normalidad de la plataforma para que no afecte el rendimiento de la pauta ni las estadísticas generales de nuestro medio.

2. No hay lugar a reposiciones

a. Cuando un cliente decide no acoger las sugerencias y recomendaciones de nuestro equipo creativo para la publicación de su producto —tras haber sido debidamente informado—, IP Media SAS no se hace responsable del desempeño del contenido. En este caso, el cliente perderá el derecho a solicitar una reposición.

b. Si el cliente solicita eliminar, archivar o editar un producto ya publicado por razones externas a nuestra empresa (como cambios de enfoque, vigencia de campaña o errores en la información suministrada), se aplicarán las siguientes medidas:

- Si el producto fue aprobado y publicado, podrá ser archivado o eliminado, pero **se considerará como ejecutado** y se tomarán sus métricas previas a la acción, en la medida de lo posible. **No habrá derecho a reposición.**
- Si el cambio solicitado puede aplicarse sin eliminar el producto, este se realizará lo antes posible. Aun así, **el producto seguirá contando como ejecutado** y **no generará derecho a reposición.**

c. No habrá lugar a reposición cuando el producto haya sido coordinado o ejecutado bajo la modalidad de servicio 24 horas, especialmente por bajo desempeño, alcance, interacción, estilo, enfoque creativo o limitaciones propias del tiempo reducido de producción, revisión, ajuste y aprobación.

Lo anterior teniendo en cuenta que esta modalidad no cuenta con las mismas garantías operativas de una campaña con tiempos normales.

En caso de errores materiales directamente imputables a IP Media S.A.S., la empresa evaluará internamente la medida correctiva aplicable, sin que ello implique automáticamente la reposición total del producto.

Cláusula No 7. Otras especificaciones del servicio

1. Nuestro equipo está disponible para la ejecución de los productos adquiridos (co-creación y producción) de lunes a sábado en horario de oficina. Por esta razón, cualquier solicitud, cambio o contacto recibido fuera de este horario será atendido en la siguiente jornada disponible.

🕑 **Horarios de publicación:**
La difusión de los productos se realiza de lunes a domingo, en los siguientes horarios:
8:00 a.m., 10:00 a.m., 12:00 p.m., 2:00 p.m., 4:00 p.m., 6:00 p.m. y 8:00 p.m.
Estos espacios están sujetos a disponibilidad y serán puestos a disposición del cliente para su reserva.

📌 **Importante:**
Cualquier solicitud para publicar en un horario diferente a los establecidos deberá ser consultada y aprobada previamente por la directora de marketing y el director editorial.

2. Si un cliente adquiere un producto que, al momento de su consumo, ya no está disponible en nuestro portafolio publicitario, ha dejado de producirse o la plataforma ya no permite su creación o difusión, se le ofrecerán las siguientes alternativas:
    - Cambiarlo por un producto vigente con una promesa de resultados equivalente al originalmente adquirido, o
    - Optar por un producto con una **promesa** de resultados superior, en cuyo caso deberá asumir la diferencia de valor correspondiente.

    📌 En ambos escenarios, los ajustes se realizarán conforme al valor de la compra inicial y las especificaciones del nuevo producto, previa aprobación del director comercial
3. **Nuestra promesa de resultados se basa en la experiencia y trayectoria que tenemos como medio en cada red social.** Sin embargo, estamos en constante adaptación a los cambios que plataformas como Meta realizan en sus algoritmos, interfaces o funcionalidades.

    📊 Por esta razón, es posible que en algunos casos las métricas no se reflejen completamente en las estadísticas del producto durante periodos de actualización de la plataforma. Esto **no constituye una falla en la prestación de nuestro servicio**. En dichos casos, incluimos un **reporte de novedades** detallado en el informe de resultados de la campaña.
4. **Atención de solicitudes, PQR o inconformidades:** Cuando el cliente presente una solicitud, petición, queja, reclamo o inconformidad relacionada con la prestación del servicio, la ejecución de su campaña o los productos adquiridos, IP

Media S.A.S. contará con un plazo máximo de quince (15) días hábiles para revisar internamente el caso y emitir una respuesta formal.

Cláusula No 8. Avisos legales

1. Aceptación de la negociación

La aceptación de la negociación se considera efectiva con la realización de cualquiera de las siguientes acciones, lo que ocurra primero: el envío de la orden de compra, el pago de los servicios, la aceptación de la factura de venta o el diligenciamiento del brief.

Nuestra promesa de resultados es única y exclusivamente la presentada en la cotización del cliente, la cual, con su aceptación, deroga cualquier otro acuerdo verbal o escrito que el cliente haya tenido con el asesor comercial o cualquier otro miembro del equipo de nuestra empresa, además, no garantizamos aumento de ventas, registros, descargas, visitas o cualquier otra métrica de conversión.

2. Reembolsos

Derecho de retracto

Se otorgará al anunciante hasta 5 días hábiles contados a partir de la aceptación de la negociación para retractarse y solicitar reembolso de sus productos adquiridos. Para estos casos se reembolsará el 100% de los valores pagados.

Lo anterior, de conformidad con el Artículo 47 de la Ley 1480 de 2011, por medio del cual se expide el Estatuto del consumidor.

Cancelación de compra

El derecho de retracto no aplicará cuando se haya dado inicio a la elaboración de los productos comprados y el avance de éstos hubieran sido presentadas al anunciante para su aprobación, en cuyo caso si el cliente no quiere continuar el proceso se contará como cancelación de compra.

Para estos casos y teniendo en cuenta el tiempo y esfuerzo invertido por parte de nuestro equipo de trabajo, se reembolsará hasta el 40% del valor de los productos adquiridos de conformidad con los siguientes rangos:

- **Presentación de propuesta a avances de producto:** Si ya recibimos brief y/o la información de la campaña y al cliente ya se le compartió cualquier tipo de avance de sus productos, tales como titulares, portadas, copys, entre otros (según el producto comprado), el cliente tendrá derecho a un reembolso del 40% del valor de su compra.
- **Cambio Nº 1 a propuesta o avances:** Si ya realizamos por lo menos 1 cambio solicitado por el cliente a las propuestas o avances de sus productos el cliente tendrá derecho a un reembolso del 20% del valor de su compra.
- **Dos (2) o más cambios a propuesta o avances:** Si ya realizamos 2 o más cambios solicitados por el cliente a las propuestas o avances de sus productos el cliente tendrá derecho a un reembolso del 10% del valor de su compra.

3. Compensación por cancelación con propuestas entregadas

Cuando un cliente haya generado una orden de compra (OC) y el equipo creativo haya entregado una o más propuestas relacionadas con su pauta, pero posteriormente decida cancelar dicha orden, deberá asumir una compensación económica proporcional al trabajo creativo ya ejecutado.

📌 El valor de esta compensación se determinará según el nivel de avance del proceso creativo, y se calculará con base en los rangos establecidos en el numeral 2 “Reembolsos” de esta cláusula, apartado “Cancelación de compra”, aun cuando no se haya realizado un pago previo.

Esta medida busca reconocer el tiempo y esfuerzo invertido por el equipo de IP Media S.A.S. y establecer un precedente claro ante eventuales cancelaciones posteriores a la entrega de propuestas.

4. Aceptación de Especificaciones Generales y Lineamientos Editoriales y Audiovisuales de los Productos Publicitarios

La aceptación de la negociación implica la aceptación de lo dispuesto en la **Cláusula No. 3** de este documento: *“Especificaciones Generales y Lineamientos Editoriales y Audiovisuales de los Productos Publicitarios”*.

Por lo tanto, la creación de todos los productos adquiridos se rige por la normatividad editorial vigente de cada uno de nuestros medios, incluyendo Última Hora Colombia, Última Hora Internacional, El Caimán Baq, entre otros.

5. Aceptación de uso de contenido de marca y resultados

Mediante la aceptación de la negociación, **el cliente autoriza expresamente** a la empresa para utilizar, de forma indefinida y por cualquier medio, los contenidos generados a su favor —incluyendo productos adquiridos, portadas, videos y demás elementos— así como los **resultados obtenidos** (métricas de cada red social), su **identificador visual (logo)** y **testimonios** (por chat, video u otros medios).

Esta autorización aplica para la creación de piezas y campañas de **autopromoción orgánica y/o pagada**, con el fin de reflejar el impacto y éxito comercial de nuestras soluciones publicitarias.

6. Aceptación de política de tratamiento de datos personales

La aceptación de la negociación por parte del anunciante constituye la aceptación de nuestra política de tratamientos personales según ley 1581 de 2012, la cual puede ser consultada en el siguiente enlace https://ultimahoracol.com/politicas-de-tratamiento-datos

7. Cesión del contrato

Un anunciante podrá ceder este contrato a otro anunciante siempre y cuando este último cumpla nuestras políticas y términos y condiciones de nuestro servicio; para ello deberá enviar solicitud vía correo electrónico a hola@ipmediasas.com con copia a su ejecutivo comercial y a la coordinadora que lo viene atendiendo informando el nombre de marca y redes sociales de la empresa a la cual usted cederá sus productos publicitarios y contrato.

8. Intereses de mora

Las facturas vencidas a nombre del anunciante generará intereses de mora a la tasa máxima legal permitida por cada día pendiente de pago luego del vencimiento de sus factura de venta. Los incumplimientos de pagos podrán generar reportes ante centrales de riesgo y el inicio de procesos judiciales a que haya lugar según incumplimiento.

9. Aceptación de los presentes términos y sus modificaciones

La aceptación de la negociación constituye la aceptación de los presentes **Términos y Condiciones**, los cuales rigen la prestación de los servicios publicitarios ofrecidos por los influencers y marcas colaboradoras de IP Media S.A.S, identificada con NIT 900.714.592-8.

IP Media S.A.S se reserva el derecho de modificar, actualizar, limitar o cancelar en cualquier momento estos Términos y Condiciones, conforme a lo previsto en el presente reglamento. Las modificaciones serán anunciadas mediante aviso en nuestra página web oficial https://ultimahoracol.com y notificadas por correo electrónico a las direcciones registradas en nuestra base de datos.

📌 El uso continuo del servicio, incluyendo la publicación de contenidos posteriores al anuncio de una modificación, se entenderá como aceptación plena de los nuevos Términos y Condiciones.
En caso de desacuerdo, el cliente podrá manifestarlo por escrito a su ejecutivo comercial dentro de los quince (15) días calendario siguientes a la notificación. De no recibir respuesta y continuar usando el servicio, se asumirá que el cliente acepta las condiciones actualizadas.

FIN DE DOCUMENTO