



CALENDAR

2025

LE COIN



# JANUARY

REDES SOCIALES

WEB, SEO, SEM

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EVENTOS

01 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

			1	2	3	4
5	Post en redes sociales sobre la presentación de Le Coin Aptos. 6	7	Video introductorio del proyecto en Instagram y Facebook. 8	Realizar un análisis de competencia para identificar oportunidades de SEO. 9	10	Publicar una encuesta en Instagram para conocer el interés de la audiencia sobre temas inmobiliarios. 11
12	Reel mostrando el diseño arquitectónico. (Instagram, Facebook y TikTok) 13	Artículo en el blog sobre la ubicación de La Candelaria. 14	Publicar un post sobre los beneficios de invertir en La Candelaria. 15	SEO: Analizar las palabras clave actuales y ajustarlas según tendencias de búsqueda recientes. 16	Post de las instalaciones de Le Coin 17	18
19	Post destacando las amenidades del proyecto. 20	video:Testimonio de un experto en construcción 21	Crear un artículo de blog sobre las tendencias del mercado inmobiliario en Bogotá. 22	Expandir la base de clientes internacionales (captar leads). 23	Crear una landing page específica para inversionistas internacionales. 24	Lanzar una campaña de anuncios en redes sociales dirigida a inversionistas en el extranjero. 25
26	Desarrollar contenido en inglés sobre el proyecto para atraer a inversionistas internacionales. 26	Post sobre el proceso de compra e inversión en el proyecto. 27	Realizar un webinar virtual sobre oportunidades de inversión en La Candelaria. 28	Post destacando las amenidades del proyecto. 29	Implementar un sistema de seguimiento automatizado para leads. 30	Post Lifestyle LE Coin 31

# FEBRUARY

REDES SOCIALES

WEB, SEO, SEM

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EVENTOS

02 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
						1
2	Video sobre la historia de CONYCA Soluciones. 3	Reservar un stand en la feria inmobiliaria más relevante. 4	Reel Estilo de vida Le Coin 5	Reel de recorrido virtual por el proyecto. 6	Publicación de un infográfico sobre el crecimiento de La Candelaria. 7	8
9	Post de encuestas interactivas en Instagram. 10	Artículo sobre beneficios de invertir en el sector inmobiliario de Bogotá. 11	Colaborar con un influencer del sector inmobiliario para un artículo invitado. 12	Blog sobre beneficios de vivir/hospedarse en la candelaria 13	Reel Estilo de vida Le Coin 14	15
16	Post ofertas de lanzamiento y descuentos. 17	Asistir a un evento de networking con otros profesionales del sector. 18	Post sobre financiamiento flexible disponible. 19	Organizar una reunión para discutir colaboraciones con agentes de bienes raíces. 20	Post destacando las amenidades del proyecto. 21	22
23	Campaña dirigida a tráfico web 24	Post sobre las ventajas de ser un inversionista en Le Coin Aptos. 25	Crear un evento exclusivo para leads interesados en visitar el proyecto. 26	Video testimonial de un inversionista satisfecho. 27	28	

# MARCH

REDES  
SOCIALES

WEB, SEO,  
SEM

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EVENTOS

03 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
						1
2	Reel sobre el progreso de la construcción. 3	blog sobre tendencias de inversión en La Candelaria. 4	Fortalecer la presencia en plataformas de anuncios (PAUTA). 5	Analizar los resultados de la campaña anterior y ajustar estrategias. 6	Implementar una campaña de anuncios pagados en Properati y Finca Raíz. 7	8
9	Campaña de anuncios en plataformas de bienes raíces (Properati, Finca Raíz). 10	Post de llamada a la acción para visitas guiadas. 11	Publicación de un nuevo lead magnet (guía descargable sobre inversión en Bogotá). 12	Reel Estilo de vida Le Coin 13	14	Video en vivo Q&A sobre el proyecto. 15
Campaña de referidos 16	Campaña de referidos 17	Campaña de referidos 18	Campaña de referidos 19	Campaña de referidos 20	Reel Estilo de vida Le Coin 21	22
23/30	Reel de recorrido virtual por el proyecto. 24/31	blog sobre el estilo de vida en Le Coin 25	26	Post destacando las amenidades del proyecto. 27	28	29

# APRIL

REDES SOCIALES

WEB, SEO, SEM

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EVENTOS

04 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

		1	2 Post recordatorio de visitas guiadas disponibles.	3	4 Artículo en el blog sobre el impacto del turismo en La Candelaria.	5
6	7 Post destacando las amenidades del proyecto.	8 Establecer enlaces con blogs inmobiliarios para aumentar la visibilidad.	9 Reel Estilo de vida Le Coin	10 Optimizar páginas de destino con palabras clave relevantes.	11	12
13	14 Reel mostrando una visita guiada.	15 Iniciar una serie de videos en vivo mostrando las instalaciones de Le Coin Aptos.	16 Testimonio en video de un cliente satisfecho.	17	18 Crear un concurso en redes sociales para aumentar la interacción.	19
20	21 Post campaña de referidos	22 Publicación de un infográfico sobre la exclusividad de Le Coin Aptos.	23 Identificar blogs y sitios web relevantes para colaboraciones.	24 Publicar un comunicado de prensa sobre el proyecto en medios locales.	25 Actualizar el contenido del sitio web para mejorar el SEO.	26
27	28 Implementar una campaña de retargeting para atraer leads que no convirtieron.	29 Analizar el comportamiento de los usuarios en los anuncios para ajustar la estrategia.	30			

# MAY

REDES SOCIALES

WEB, SEO, SEM

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EVENTOS

05 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

					Campaña de anuncios A/B en redes sociales. 1	Campaña de anuncios A/B en redes sociales. 2	3
4	Post sobre el lanzamiento de nuevas amenidades en el proyecto. 5	Utilizar formularios de sitios web optimizados para captar información. 6	Video de recorrido por las instalaciones. 7		Proporcionar recursos descargables en la landing page. 8	Post de la parte exterior de Le Coin 9	10
11	Post con contenido interactivo (encuesta sobre preferencias de los clientes). 12	Realizar pruebas para optimizar el proceso de conversión en la landing page. 13	Reel sobre los eventos de networking. 14		Realizar webinar virtual para leads con propósito de convertir 15	16	17
18	Evaluar el rendimiento de los anuncios y hacer cambios según sea necesario. 19	Publicación sobre la importancia de alianzas estratégicas. 20	Artículo sobre el respaldo de CONYCA Soluciones. 21		Video con entrevistas a socios estratégicos. 22	Campaña de seguimiento con leads interesados. 23	24
25	Reel mostrando el progreso de la construcción. 26	Enviar boletines informativos personalizados con actualizaciones del proyecto. 27	Programar seguimientos personalizados con leads calientes. 28		Post sobre las oportunidades de inversión en La Candelaria. 29	Testimonio en video de un inversionista actual. 30	31

# JUNE

REDES  
SOCIALES

ESTRATEGIA  
DE MKT

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EMAIL  
MARKETING

06 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

1	2 blog sobre el crecimiento del sector inmobiliario en Bogotá.	3 Reel Estilo de vida Le Coin	4 Post de la parte exterior de Le Coin	5 Publicación de una guía descargable sobre cómo invertir en bienes raíces.	6	7
8	9 Post de actualización sobre el progreso de la construcción.	10 Realizar seguimientos automatizados a través de correos programados.	11 Ofrecer promociones limitadas a leads para motivar su interés.	12 Reel mostrando las amenidades del proyecto.	13	14 Reel mostrando las amenidades del proyecto.
15	16 Campaña de descuentos limitados	17 Campaña de descuentos limitados	18 Campaña de descuentos limitados	19 Campaña de descuentos limitados	20 Campaña de descuentos limitados	21 Campaña de descuentos limitados
22	23 Observar desempeño semestre I	24 Planteamiento de objetivos semestre II	25 Creación de estrategia semestre II	26 Creación de estrategia semestre II	27 Finalizar estrategia de marketing digital	28
29	30					

# JULY

REDES SOCIALES

WEB, SEO, SEM, PAUTA

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EVENTOS

07 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

		Reel Estilo de vida Le Coin 1	Camapaña Referidos para clientes actuales 2	Blog sobre beneficios de la zona Candelaria en inglés 3	Optimización SEO y SEM de contenido web 4	Testimonio de clientes actuales en inglés 5
6	Post destacando los beneficios de inversión obtenidos hasta la fecha 7	Identificar clientes internacionales potenciales 8	Crear contenido específico para clientes internacionales 9	Pauta en Metro Cuadrado y Finca Raiz 10	Infografía en redes sobre los avances del proyecto 11	12
13	Optimización SEO en landing pages 14	Post en redes sobre los espacios de Le Coin 15	Blog sobre el turismo en la Candelaria 16	Aumento de retención de leads a través de correos personalizados 17	18	Post en redes sobre el sector de la Candelaria, beneficios, lugares 19
20	Reel Estilo de vida Le Coin 21	Búsqueda y preparación para asistir a evento del sector 22	Post de interacción para conocer percepción de clientes 23	Pauta en Metro Cuadrado y Finca Raiz 24	Post en redes sobre los espacios de Le Coin 25	26
27	Post avances del proyecto 28	SEO en blog internacional 29	Post diferenciales de Le Coin 30	Pauta en portales internacionales de bienes raíces e inversión 31	Video recorriendo un apto	

# AUGUST

REDES  
SOCIALES

WEB, SEO,  
SEM

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EVENTOS

08 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

						1	2
3	Post casos de éxito 4	Análisis de captación y retención de leads 5	Reel sobre amenities del proyecto 6	Activar programa de referidos para clientes actuales y nuevos 7	Post sobre diferenciales de Le Coin 8		9
10	Post sobre el ROI del proyecto 11	SEO en artículos y optimización de keywords 12	Evento del sector 13	Post sobre las áreas comunes 14	15		Testimonio de inversionistas y el ROI obtenido 16
17	Reel sobre estilo de vida en Le Coin 18	Expansión de base de datos de leads internacionales 19	Post sobre amenities de Le Coin 20	Mejora de retención de leads con mensajes personalizados 21	Video sobre las características internas de los aptos 22		23
24/31	Post sobre ventajas de la Candelaria 25	Post en ingles sobre el proyecto 26	Blog sobre Le Coin, ubicación, amenities, etc en ingles 27	SEO página en ingles 28	Pauta internacional dirigida a inversionistas extranjeros 29		30

# SEPTEMBER

REDES SOCIALES

WEB, SEO, SEM

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EVENTOS

09 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

	Post sobre la creciente inversión en la Candelaria 1	Planeación show room de Le Coin para inversionistas extranejeros 2	Post sobre conocer más acerca de LUCASO 3	Fortalecimiento plan referidos 4	Post sobre diferenciales de Le Coin 5	Blog sobre los diferenciales del proyecto 6
7	Post sobre campaña de colaboración con x entidad 8	Post sobre campaña de colaboración con x entidad 9	Campaña de crecimiento y alcance de nuevos leads con x entidad 10	Campaña de crecimiento y alcance de nuevos leads con x entidad 11	Campaña de crecimiento y alcance de nuevos leads con x entidad 12	13
14	Expansión de pauta en Finca Raiz y Metro Cuadrado 15	Post de amenities de Le Coin 16	Optimización SEO palabras clave y búsqueda local 17	Post de fotos y videos del interior de un apto 18	Blog sobre los programas de financiamiento 19	Post del estilo de vida en Le Coin 20
21	Post de clientes satisfechos 22	Infografía sobre el crecimiento de valor de la Candelaria 23	Análisis de los leads obtenidos en las últimas campañas 24	Post sobre los diferenciales de Le Coin 25	26	Show Room a inversionistas extranjeros 27
28	Post sobre seguridad y exclusividad de la zona 29	SEO para palabras clave en tendencia 30	31			

# OCTOBER

REDES  
SOCIALES

WEB, SEO,  
SEM

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EVENTOS

10 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

			Post sobre áreas comunes de Le Coin 1	Análisis de base de datos de leads extranjeros 2	3	Video de apto de Le Coin 4
5	Post sobre exclusividad del proyecto Le Coin 6	Video Tour por Le Coin 7	Cronograma de próximos eventos del sector 8	Post sobre las ventajas de la ubicación de Le Coin 9	Pauta en Finca Raiz 10	11
12	Blog sobre las amenidades del proyecto 13	Post de cliente extranjero caso de éxito 14	Post sobre inversión a corto plazo 15	optimización SEO con enfoque de inversión 16	Expansión de base de datos de leads internacionales 17	18
19	Post sobre rentabilidad del proyecto 20	Retención de leads por correo y contenido dirigido 21	Beneficios de compra y renta 22	Promoción programa referidos 23	Calidad de la construcción de Le Coin 24	25
26	Blog sobre la historia y concepto de Le Coin 27	Post sobre el diseño arquitectónico de le coin 28	video estilo de vida en Le Coin 29	SEO en artículos de retorno de inversión 30	Participación en evento del sector 31	

# NOVEMBER

REDES SOCIALES

WEB, SEO, SEM

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EVENTOS

11 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
						1
2	Video de clientes satisfechos 3	Post sobre el diseño arquitectonico de le coin 4	Pauta internacional 5	Post sobre el entorno de Le Coin 6	Fortalecimiento del programa de referidos para clientes extranjeros 7	8
9	Post sobre oportunidades de renta a corto plazo 10	Participación en un foro del sector 11	Post sobre amenities del proyecto 12	Optimización SEO en busquedas de turismo 13	Post sobre el diseño arquitectonico de le coin 14	15
16	Expansión de base de clientes en bases internacionales 17	Post sobre comunidades en la candelaria 18	Pauta en plataformas locales e internacionales 19	20	Blog sobre beneficio de inversión a corto plazo 21	22
23/30	Post sobre el diseño arquitectonico de le coin 24	Eventos del sector de fin de año 25	post sobre amenities 26	Retención de leads con fines festivos de fin de año 27	28	29

# DECEMBER

REDES  
SOCIALES

WEB, SEO,  
SEM

CAMPAÑA

BLOGS

LEADS

EVENTOS

12 / 2025

SUNDAY

MONDAY

TUESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

SATURDAY

	Infografía de resultados del proyecto 1	Post sobre estilo de vida en Le Coin y amenities 2	Optimización SEO y análisis de los resultados 3	Post sobre el diseño arquitectónico de le coin 4	Fortalecimiento programa de referidos para clientes locales 5	6
7	Blog sobre resultados del proyecto 8	Videos de casos de éxito 9	Post sobre el crecimiento del sector inmobiliario del año 10	Pauta final del año en Finca Raiz y Metro Cuadrado 11	Retención leads campaña de fin de año 12	13
14	Post sobre cierre del año, resultados 15	Análisis y reporte del desempeño de campañas para leads 16	Post despedida de fin de año 17	Post resumen del año 2025 para Le Coin 18	Análisis desempeño en optimización SEO, SEM y WEB 19	20
21	Cierre del año, revisión objetivos alcanzados 22	Planteamiento plan de marketing próximo año 23	24	25	Planteamiento plan de marketing próximo año 26	27
28	29	30	31			

# PRESUPUESTO ANUAL DE MARKETING

CATEGORÍA	T	
	ENE	FEB
<b>Nacional</b>	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00
Banner Ads	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00
<b>Local</b>	\$ -	\$ -
Newspaper	\$ -	
In-Store Marketing		
POP		
<b>Relaciones Públicas</b>	\$ -	\$ -
Public Events		
Sponsorships		
Press Releases		
Webinars		
Conferences		
Client Events		
<b>Content Marketing</b>	\$ 800.000,00	\$ -
Sponsored Content		
Landing Page	\$ 800.000,00	
White Papers / ebooks		
<b>Social Media</b>	\$ 1.740.000,00	\$ 1.740.000,00
Twitter	\$ -	
Facebook	\$ 540.000,00	\$ 540.000,00
Pinterest	\$ -	
Instagram	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
Google+	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
LinkedIn	\$ -	
<b>Online</b>	\$ 3.000.000,00	\$ -
Blog	\$ -	
Website	\$ 3.000.000,00	

Mobile App	\$	-	
Mobile Alerts	\$	-	
Email Newsletter	\$	-	
<b>Publicidad</b>	<b>\$</b>	<b>120.000,00</b>	<b>\$ 120.000,00</b>
Online			
Print	\$	120.000,00	\$ 120.000,00
Outdoor	\$	-	
Radio	\$	-	
Television	\$	-	
<b>Web</b>	<b>\$</b>	<b>600.000,00</b>	<b>\$ -</b>
Development			
Pay-Per-Click Marketing			
SEO	\$	600.000,00	
<b>Investigación de mercados</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$ -</b>
Surveys			
Impact Studies			
<b>Campañas de venta</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$ -</b>
Campaign A			
Campaign B			
Campaign C			
Campaign D			
Campaign E			
<b>Otros</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$ -</b>
Premiums			
Corporate Branding			
Business Cards			
Signage			
<b>TOTALES</b>	<b>\$</b>	<b>12.260.000,00</b>	<b>\$ 7.860.000,00</b>

1			
MAR	TOTALES T1	ABR	MAY
\$ 6.000.000,00	\$ 18.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00
\$ 6.000.000,00	\$ 18.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00
	\$ -		
	\$ -		
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
\$ -	\$ 800.000,00	\$ -	\$ -
	\$ -		
	\$ 800.000,00		
	\$ -		
	\$ -		
\$ 1.740.000,00	\$ 5.220.000,00	\$ 1.740.000,00	\$ 1.740.000,00
	\$ -	\$ -	
\$ 540.000,00	\$ 1.620.000,00	\$ 540.000,00	\$ 540.000,00
	\$ -	\$ -	
\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
	\$ -	\$ -	
\$ -	\$ 3.000.000,00	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	
	\$ 3.000.000,00		

	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -		
<b>\$ 120.000,00</b>	<b>\$ 360.000,00</b>	<b>\$ 120.000,00</b>	<b>\$ 120.000,00</b>
	\$ -		
\$ 120.000,00	\$ 360.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -		
	\$ -		
<b>\$ -</b>	<b>\$ 600.000,00</b>	<b>\$ 600.000,00</b>	<b>\$ 600.000,00</b>
	\$ -		
	\$ -		
	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
	\$ -		
	\$ -		
<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
<b>\$ 7.860.000,00</b>	<b>\$ 27.980.000,00</b>	<b>\$ 8.460.000,00</b>	<b>\$ 8.460.000,00</b>

T2				
JUN	TOTALES T2	JUL	AGO	
\$ 6.000.000,00	\$ 18.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	
\$ 6.000.000,00	\$ 18.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	
	\$ -			
	\$ -			
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -		
	\$ -			
	\$ -			
	\$ -			
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
	\$ -			
	\$ -			
	\$ -			
	\$ -			
	\$ -			
	\$ -			
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
	\$ -			
	\$ -			
	\$ -			
	\$ -			
\$ 1.740.000,00	\$ 5.220.000,00	\$ 1.740.000,00	\$ 1.740.000,00	
	\$ -	\$ -		
\$ 540.000,00	\$ 1.620.000,00	\$ 540.000,00	\$ 540.000,00	
	\$ -	\$ -		
\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	
\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	
	\$ -	\$ -		
\$ -	\$ -		\$ -	
	\$ -	\$ -		
	\$ -			

	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -		
\$ 120.000,00	\$ 360.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
	\$ -		
\$ 120.000,00	\$ 360.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -		
	\$ -		
\$ -	\$ 1.200.000,00	\$ 600.000,00	\$ -
	\$ -		
	\$ -		
	\$ 1.200.000,00	\$ 600.000,00	
	\$ -		
	\$ -		
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
\$ 7.860.000,00	\$ 24.780.000,00	\$ 8.460.000,00	\$ 7.860.000,00

T3			
SEPT	TOTALES T3	OCT	NOV
\$ 6.000.000,00	\$ 18.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00
\$ 6.000.000,00	\$ 18.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00
	\$ -		
	\$ -		
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
\$ 1.740.000,00	\$ 5.220.000,00	\$ 1.740.000,00	\$ 1.740.000,00
	\$ -	\$ -	
\$ 540.000,00	\$ 1.620.000,00	\$ 540.000,00	\$ 540.000,00
	\$ -	\$ -	
\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
	\$ -	\$ -	
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	
	\$ -		

	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -		
<b>\$ 120.000,00</b>	<b>\$ 360.000,00</b>	<b>\$ 120.000,00</b>	<b>\$ 120.000,00</b>
	\$ -		
\$ 120.000,00	\$ 360.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -		
	\$ -		
<b>\$ 600.000,00</b>	<b>\$ 1.200.000,00</b>	<b>\$ 600.000,00</b>	<b>\$ 600.000,00</b>
	\$ -		
	\$ -		
\$ 600.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
	\$ -		
	\$ -		
<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
	\$ -		
<b>\$ 8.460.000,00</b>	<b>\$ 24.780.000,00</b>	<b>\$ 8.460.000,00</b>	<b>\$ 8.460.000,00</b>

TOTAL DEL AÑO FISCAL A LA FECHA: \$ 102.920.000,00

T4		TOTALES AÑO FISCAL	
DIC	TOTALES T4		
\$ 6.000.000,00	\$ 18.000.000,00	\$ 72.000.000,00	
\$ 6.000.000,00	\$ 18.000.000,00	\$ 72.000.000,00	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
\$ -	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
\$ -	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
\$ -	\$ -	\$ 800.000,00	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ 800.000,00	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ -	
\$ 1.740.000,00	\$ 5.220.000,00	\$ 20.880.000,00	
	\$ -	\$ -	
\$ 540.000,00	\$ 1.620.000,00	\$ 6.480.000,00	
	\$ -	\$ -	
\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 7.200.000,00	
\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 7.200.000,00	
	\$ -	\$ -	
\$ -	\$ -	\$ 3.000.000,00	
	\$ -	\$ -	
	\$ -	\$ 3.000.000,00	

	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
<b>\$ 120.000,00</b>	<b>\$ 360.000,00</b>	<b>\$ 1.440.000,00</b>
	\$ -	\$ -
\$ 120.000,00	\$ 360.000,00	\$ 1.440.000,00
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
<b>\$ 600.000,00</b>	<b>\$ 1.800.000,00</b>	<b>\$ 4.800.000,00</b>
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 4.800.000,00
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
<b>\$ 8.460.000,00</b>	<b>\$ 25.380.000,00</b>	<b>\$ 102.920.000,00</b>