

Informe de Gestión General

LIGA COLOMBIANA CONTRA EL CÁNCER

(ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO)
NIT. 860.006.560-0

AÑO 2023



**LIGA
COLOMBIANA
CONTRA
EL CÁNCER**

Informe de Gestión Actividades Relevantes Año 2023

Señores de la Asamblea General,

Cordialmente y dando cumplimiento al requisito legal y estatutario, presentamos el siguiente informe sobre la situación financiera y sobre las operaciones desarrolladas durante el año de 2023 en la institución.

La presencia de cada uno de ustedes hoy aquí, es motivo de inmensa satisfacción y representa un vínculo invaluable en el cumplimiento nuestra misión.

Durante el año 2023 la Liga Colombiana Contra el Cáncer trabajó arduamente en consolidar la Red Nacional de Ligas Contra el Cáncer y sus aliados, buscando la sostenibilidad y continuidad de estas entidades a nivel nacional, a través de la prestación de servicios de diagnóstico oportuno de cáncer de seno, cérvico uterino y de próstata.

Dentro de los principales logros de 2023 se encuentran:

1. Actualización certificación de Calidad - Icontec.
2. Reconocimiento de la Ruta de Mejoramiento de la Calidad de la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá por el análisis general de la implementación de la quimioterapia domiciliaria.
3. Alianzas estratégicas con las Cámara de Comercio de Bogotá y la Defensoría del Pueblo

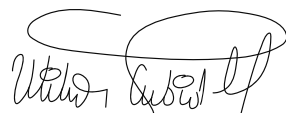
Infinitas gracias a Dios, con su fuerza y con su gracia, nos ha permitido seguir adelante en nuestra noble labor.

Sincero reconocimiento al Dr. Wilson Cubides, director ejecutivo, la dirección ejecutiva, su liderazgo ha sido fundamental para orientar nuestros esfuerzos en el cumplimiento de las metas propuestas. A todo el equipo de trabajo, muchas gracias; su compromiso y entrega incondicional, son la fuerza que impulsa cada una de nuestras acciones.

Mi gratitud muy especial a la junta directiva por su respaldo y acompañamiento. Su visión y compromiso, son pilares fundamentales para el logro de nuestros objetivos.

Juntos, como una gran familia, continuaremos trabajando desde la Liga Colombiana Contra el Cáncer, con el firme propósito de brindar apoyo y fortalecimiento a nuestras Seccionales y Capítulos, y esperanza a nuestros pacientes.


Vilma García de Soto
Presidenta Nacional


Wilson Cubides Martínez
Director Ejecutivo

1 – ALIANZAS Y PROYECTOS

ALIANZAS:

- Fundación Avon y Natura se realizaron mamografías a población con factores de riesgo por edad o antecedentes clínicos en ocho regiones.
- Estee Lauder: se capacitaron en cáncer de mama, un promedio de 100 personas que hacen parte de la compañía en área de ventas.
- Fundación Parceros: con el objetivo de promover la actividad física como factor protector de la salud, se realizó una actividad deportiva con más de 2000 personas a nivel nacional.
- La Roche Pose: aliado estratégico para la ejecución del Tour Salva tú piel, actividad que generó impacto en aproximadamente 5000 personas, quienes fueron valoradas por un médico dermatólogo y se asesoraron de acuerdo a los hallazgos de la valoración médica.

PROYECTOS

- Alianza con Fundación Avon y Natura: para el periodo enero – mayo de 2024, se ha establecido alianza para tamización de la fuerza de ventas por catálogo en ocho ciudades.

2 – GESTIÓN FINANCIERA Y RESULTADOS ECONÓMICOS AÑO 2023

2.1 Ingresos de la operación

Durante el año 2023, las ventas netas provenientes de servicios y medicamentos, ascendieron a la suma de \$116.974.501 en miles de pesos, que, comparadas con las ventas del año 2022, las cuales ascendieron a \$89.436.354 en miles de pesos, representan un aumento del 30,79%, siendo el nivel más alto de facturación de la Liga en toda su historia.

Por unidad de negocio, se obtuvo el siguiente resultado:

Unidad Funcional de Mercadeo	\$	99.769.771
Unidad Funcional de Apoyo Terapéutico	\$	17.075.194
Unidad de Promoción y prevención	\$	129.536
	\$	116.974.501

Este aumento de los ingresos se dio gracias a la gestión de fidelización de clientes y a la incorporación de nuevos clientes apoyando al sistema de salud nacional en la crisis presentada en agosto de 2023. Sin embargo, para lograr ese nivel de ingresos ha sido necesario erosionar la rentabilidad unitaria de los medicamentos para ser competitivos en el sector.

2.2 Aspectos financieros y contables

Durante el año 2023, se dio continuidad a la estrategia establecida de activación y consolidación de la Red Nacional de Ligas, que permitirá la sostenibilidad financiera de las Ligas Contra el Cáncer a nivel nacional, sin perder el objetivo de aumentar la prestación de bienes y servicios de la Liga Colombiana de forma individual.

El 5 de diciembre de 2023, por aprobación de Junta Directiva Extraordinaria, se inició un proceso de control administrativo de la Liga Contra el Cáncer Seccional Bogotá, luego de que la misma presentara solicitud, dadas sus condiciones financieras. Este control no implica una fusión o liquidación de la Liga Bogotana.

A continuación, se entrega un mayor detalle de los resultados por tipo de rubro.

2.2.1 Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar pasaron de \$14.655 millones a 31 de diciembre de 2022 a \$32.539 millones al cierre de 2023 presentando un aumento del 122,03%.

El incremento es fuerte teniendo en cuenta que para los cierres de los años 2021 y 2022 no se había presentado una variación fuerte.

Durante el primer semestre se presentó una consolidación de la institución como proveedor de medicamentos para diversas IPS a nivel nacional, logrando avanzar positivamente en temas de facturación y recaudo, logrando cifras récord en la historia de la institución. Para ser competitivos en el mercado se afianzaron relaciones comerciales ampliando los plazos de pago y reofertando medicamentos, que menguaron un poco la rentabilidad unitaria de algunas moléculas; sin embargo, se garantizó en todo momento que no se incurriera en una pérdida marginal.

Sin embargo, desde el mes de agosto de 2023 se observó una tardanza en los pagos por parte los clientes, la cual fue advertida por algunas EPS al informar la insuficiencia del valor por capitación (UPC) asignada por el Gobierno Nacional para cubrir la totalidad de las tecnologías y medicamentos establecidas en el plan de beneficios y por lo tanto dificultades para realizar los pagos oportunos de las obligaciones contraídas con Prestadores de servicios de salud.

La Liga Colombiana Contra el Cáncer, al encontrarse inmersa en el Sistema de Seguridad Social en Salud, no fue ajena a esta problemática y no recibió los recursos proyectados. Ante esta situación, se inicia renegociación de plazos con cada uno de los clientes, garantizando un flujo de recursos hacia la institución y la venta de los productos y servicios.

Por esta razón, la rotación de cartera que permanecía en promedio a 70 días, subió a 92 días para el cierre de diciembre 2023.

Adicionalmente, durante el año 2023 se depuraron los giros pendientes de identificar con Aliansalud, lo que permitió tener una cartera detallada, y determinar de esta forma, una recuperación de la provisión establecida en años anteriores. Una vez analizada la edad de la cartera, se determinó que dos entidades no han realizado pagos durante mas de 6 meses y por lo tanto se realizó el cálculo del deterioro de cartera según lo estipulado en la política contable. Sin embargo, se continúa la gestión para lograr el pago de esta cartera vencida.

Cabe anotar que la cartera de instituciones diferentes a EPS e IPS, es totalmente corriente y no se presentan inconvenientes con su recaudo.

2.2.2 Inventarios

Los inventarios presentaron una variación positiva del 2,9% pasando de \$3.057 millones en el 2022 a \$3.106 millones en el 2023. Esta variación no es significativa y se debe al aumento en las ventas reportadas durante el periodo; se continúa con un modelo de compra de inventarios acorde a la rotación de los mismos y según solicitudes puntuales de clientes, lo que permite una adecuada rotación, disminuyendo el riesgo de tener existencias de medicamentos que no serán vendidos o utilizados en la unidad de quimioterapia. A pesar del volumen de compras, al analizar el inventario que no ha presentado rotación durante los últimos 6 meses y el inventario que cuenta con fecha de vencimiento inferior a 30 de junio de 2024, el valor asciende a \$43 millones, lo que evidencia el adecuado manejo que se ha dado a los medicamentos e insumos adquiridos por la institución.

2.2.3 Resultado del ejercicio

El excedente neto de ejercicio del 2023 antes de ejecuciones fue de \$9.543 millones; la ejecución de recursos en la actividad meritoria fue de \$2.288 millones, siendo una de las ejecuciones más altas de los últimos años, lo que permitió mayor impacto directo a la comunidad, a través de las seccionales y capítulos. Se destacan dentro de esta ejecución:

Concepto	En miles de pesos
Campañas y proyectos de promoción y prevención	\$ 1.243.146
Programas de apoyo a mejoramiento de infraestructura	381.168
Proyectos de promoción y prevención	166.305
Encuentro Nacional del Voluntariado	100.000
Apoyo psicosocial y otros programas	164.122
Ejecución de asignaciones permanentes	227.269

Durante el año 2023, los gastos de administración y ventas crecieron un 19,28%, y representan un 5,39% del total del ingreso operacional. Este aumento obedece al incremento de la operación de ventas, realización de mantenimientos que estaban pendientes de realizar a la infraestructura física de la sede, incremento en el valor de las primas de las pólizas de seguros y el componente inflacionario, que si bien presentó a nivel general un 9.28% para el año 2023, en algunos productos y servicios este porcentaje fue mucho mayor.

Los ingresos no operacionales, presentan los siguientes cambios significativos:

- i. Ingreso por arrendamiento de edificio Calle 78 12^a – 30 que había estado en proceso de arrendamiento desde junio de 2021. Se realizó una inversión cercana a los \$400 millones, para lograr que estuviera en óptimas condiciones de uso por parte de la entidad que tomó el edificio en arrendamiento. Adicionalmente, producto de esta inversión, y una vez realizado el avalúo técnico de la edificación, se obtuvo una valorización del predio de \$638 millones.
- ii. Aumento del valor de donaciones y patrocinios recibidos durante el año 2023, ascienden a \$353 millones. El año anterior este valor ascendió a \$158 millones.
- iii. Tal como se comentó en las cuentas por cobrar, producto de la depuración realizada con las diferentes entidades, se logró recuperar \$1.367 millones que habían sido provisionados en años anteriores.
- iv. Otro rubro importante dentro de estos ingresos es el reintegro de fletes por envíos a nivel nacional que, desde la crisis sanitaria provocada por el COVID19, ha presentado un aumento considerable, sin embargo, dadas las nuevas dinámicas del mercado, se ha iniciado el desmonte de este servicio.

3 - DONACIONES Y APORTES RECIBIDOS DURANTE EL AÑO 2023

Durante lo transcurrido del año 2023, se recibieron \$273.011.809 por concepto de donaciones en dinero por parte de personas naturales y empresas privadas, estas fueron utilizadas en las diferentes campañas educativas que desarrolla la Institución, tal como se detalla a continuación:

NIT	Nombre/Razón Social	Valor
900990465	Elca Cosméticos Colombia SAS	\$ 113.000.000
8091811	Union For International Cancer Control	\$ 93.490.957
900200435	Cardif Colombia Seguros Generales SA	\$ 20.000.000
901404762	ThanksToYou SAS	\$ 10.402.200
890101138	Pelaez Hermanos SA	\$ 10.055.000
800151988	Setas Colombianas S.A. Setas S.A.	\$ 10.000.000
860014047	Asociación Colombiana de Aviadores Civiles ACDAC	\$ 10.000.000
79273194	Juan Carlos Aunta Fagua	\$ 500.000
15373733	William Alexander Mariño Lozano	\$ 200.000
1020746909	Oscar Augusto Vargas Acosta	\$ 200.000
35421361	Erika Del Pilar Rodriguez Mendez	\$ 125.000
5562907	Pedro Julio Matallana Gutierrez	\$ 100.000
30399833	Sandra Milena Bonilla Rojas	\$ 100.000
45509939	Maria Alexandra Ochia Seba	\$ 100.000
1022425280	Juan David Blanco Mejia	\$ 100.000
1036638625	Estefania Toro Barbaran	\$ 100.000
1072670069	Juan David Correa Amaya	\$ 100.000
41470499	Blanca Mery Pedraza de Rodriguez	\$ 50.000
1214742061	Simon Arango Gomez	\$ 50.000
	Donaciones en eventos	\$ 4.379.652
Total		\$ 273.011.809

Durante el año 2023, no se recibieron subvenciones gubernamentales por ningún concepto.

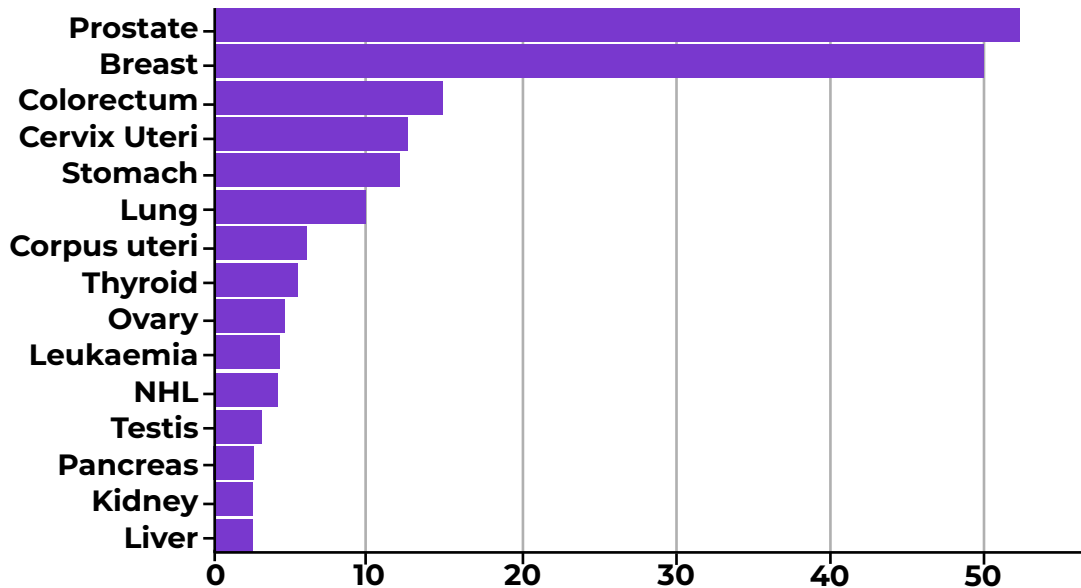
4. LOGROS EN BENEFICIO DE LA COMUNIDAD

4.1 Proyectos de prevención y detección temprana del cáncer

La prevención primaria, secundaria y terciaria son pilares que orientan, las acciones en el marco de la salud pública. En la prevención primaria, la Liga Colombiana Contra el Cáncer promueve la vacunación contra el VPH y crea espacios de sensibilización de diferentes tipos de cáncer. En la prevención secundaria por medio de bonos de apoyo económico se brinda la posibilidad a las seccionales y capítulos de tamizar a la población más vulnerable.

La Liga Colombiana Contra el Cáncer se basa en cada uno de los proyectos en los cánceres con mayor incidencia en el país. Lo anterior es importante, ya que se logra con los proyectos impactar la población partiendo de la necesidad a nivel epidemiológico con respecto a la incidencia.

Gráfica: Incidencia por tipos de cáncer para ambos sexos en Colombia.



Fuente: GLOBOCAN 2022

A continuación, se presentan los resultados por proyecto de acuerdo a los tipos de cáncer:

Proyecto: Día Mundial Contra el Cáncer

La mitad de la población mundial carece de acceso a los servicios de salud esenciales. A muchos se nos niega la atención básica, aunque vivimos en una época de impresionantes avances en la prevención, el diagnóstico y el tratamiento del cáncer.

En el Día Mundial Contra el Cáncer se creó una estrategia, con el objetivo de desmitificar aquellas creencias asociadas al cáncer. Esta campaña se denominó “Derribando mitos” una campaña desarrollada en diferentes escenarios en las Red de Ligas, como centros comerciales y parques. Por medio de una sensibilización y la entrega de material educativo se realizaron actividades de impacto social en donde la comunidad participó de forma activa.





Además de estos escenarios, se realizó una actividad con velas, para conmemorar a las personas que han fallecido por cáncer o siguen con el tratamiento. Finalmente, en el marco de este proyecto se realizó una encuesta de percepción y abordaje de la enfermedad, con el objetivo de conocer qué sabe la comunidad sobre el cáncer.

Proyecto Control del tabaco

El consumo de tabaco y otros dispositivos electrónicos se han convertido en una amenaza para la salud de las personas. Según la OMS, el tabaco, causa más de 8 millones de muertes al año en todo el mundo. Más de 7 millones de estas defunciones se deben al consumo directo de tabaco y alrededor de 1,3 millones son consecuencia de la exposición de no fumadores al humo ajeno”.

Relación tóxica es un discurso dirigido a estudiantes de colegio y universidad para motivar a terminar su relación tóxica con el tabaco, los cigarrillos electrónicos y la nicotina. Con esto se logró impactar a esos “nuevos clientes” que la industria tabacalera busca para aumentar el consumo de sus productos.

Es importante resaltar que en esta campaña no solo se impactó a la comunidad de niños, niñas, jóvenes y adolescentes, sino que también se buscó impactar a los líderes comunitarios, representantes, docentes, entre otros perfiles para fortalecer y crear capacidades y competencias en el marco de la prevención del consumo de tabaco y otros dispositivos. En este orden de ideas, El Curso virtual "Acción Colectiva para el Control del Tabaco", dirigido a la población en general con el objetivo de formar líderes en el control de tabaco y nicotina en el país estableció un reto para la institución, para abordar desde la pedagogía un tema tan álgido y de tendencia, a raíz de la proliferación de anuncios en redes sociales.

Las actividades se realizaron en parques y plazoletas, con la entrega de material educativo, charlas de prevención en entidades, colegios y universidades.

Adicionalmente, con el apoyo de Movistar, se realizó el concurso de film minutos “una historia sin Nicotina”, como una estrategia para sensibilizar a la población joven del país sobre los efectos que produce el consumo de tabaco y cigarrillos electrónicos, y promover la apropiación y la transmisión del mensaje por parte de los mismos jóvenes y adolescentes. Cada participante diseñaba un film que representara el daño que el tabaco y los cigarrillos electrónicos generan el cuerpo.



Proyecto de Cáncer de Cuello Uterino

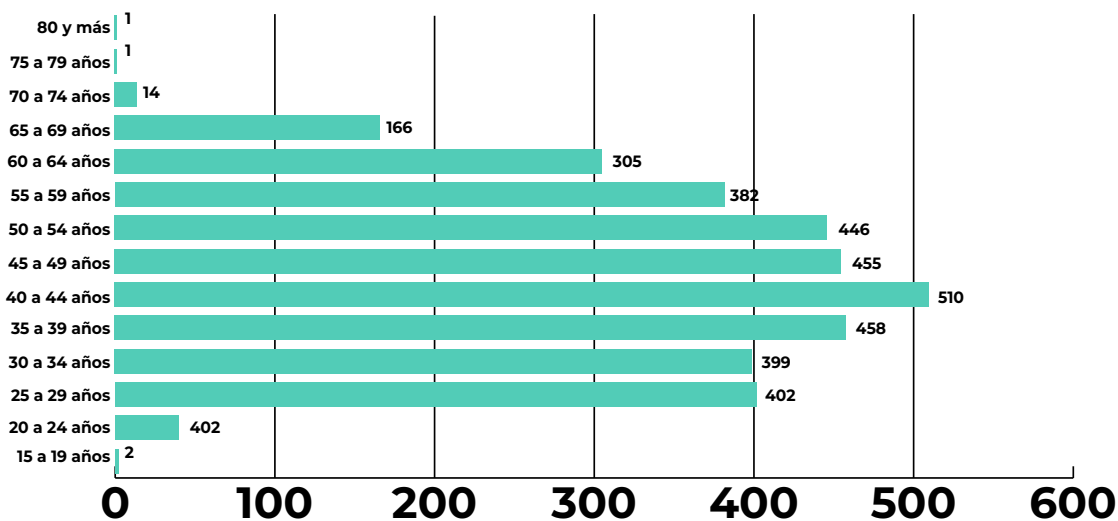
El cáncer de cuello uterino en Colombia cuenta con 3 pruebas de tamización para lograr la detección temprana de lesiones precancerosas. En el marco de esta ruta, La Liga Colombiana Contra el Cáncer, formuló para el 2023, actividades con el objetivo de aumentar la cobertura de tamización y generar más sensibilización sobre la importancia de la vacunación y la realización de los exámenes periódicos. Uno de los objetivos del proyecto además de lograr una sensibilización de la población, es llegar a población vulnerable con bonos de apoyo económico, que incluyen la práctica de pruebas de detección temprana y la confirmación diagnóstica.

Se analizaron 3.585 registros, en 3490 mujeres, de los cuales el 1.2% presentaron resultados positivos, la edad promedio de las mujeres beneficiadas fue de 45 años y la distribución por liga muestra que Villavicencio tuvo la mayor participación en relación a los bonos entregados con 5.8%, seguida de Bogotá con 5.4% y Cali con 5.2%, en promedio se gestionaron 143 bonos por Liga a mujeres entre 18 y 80 años. Con el fin de realizar una medición del alcance de la campaña en lo referente a entrega de bonos frente a la población objeto, se estimó la tasa de intervención por cada 10.000 mujeres entre 18-80 años, en este caso el Líbano Tolima, mostró el mejor resultado con 72 mujeres intervenidas por cada 10.000, seguida de San Andrés con 65.44 y Girardot con 23.6.

Se calculó el índice de positividad, entendida como la proporción de pruebas que tuvieron resultados positivos en relación con el total de pruebas practicadas, siendo de 1.2% en el total de la campaña y en Bogotá el valor más alto con 6.2%, es decir por cada 100 pruebas 6 fueron positivas.

Se resalta la amplia participación de población de área rural con el 23.51% y 0.33% de población dispersa, siendo estas de alta vulnerabilidad por su ubicación geográfica, se destaca la seccional Medellín quienes tuvieron un 69% de población beneficiada en el área rural, seguida de Pasto con el 52.7% y San Andrés con 43.4%. El 62.5% de las mujeres beneficiadas de los bonos se encuentran afiliadas al régimen subsidiado y el 32.2% al régimen contributivo y solamente el 2.6% no se encuentran afiliadas al sistema de seguridad social en salud, siendo estas las de mayor vulnerabilidad.

Distribución por grupos quinquenales mujeres beneficiada bonos campaña cervix 2023 LCCC



Proyecto Cáncer de Próstata

La Resolución 3280 de 2018 enmarca en su contenido el procedimiento de tamización para cáncer próstata con dos pruebas: PSA y Tacto Rectal, de esta manera se logró tamizar a la población masculina y hacer énfasis en la importancia de estos exámenes para lograr la detección temprana.

En la Campaña de Próstata de 2023 se dio cobertura con 191 acciones de educación para la salud, a 5.896 personas a nivel nacional en 24 Seccionales y Capítulos, con un promedio de 30 asistentes por sesión, de acuerdo con las indicaciones dadas para no superar los 50 participantes criterio que se estableció dado desde el año 2022.

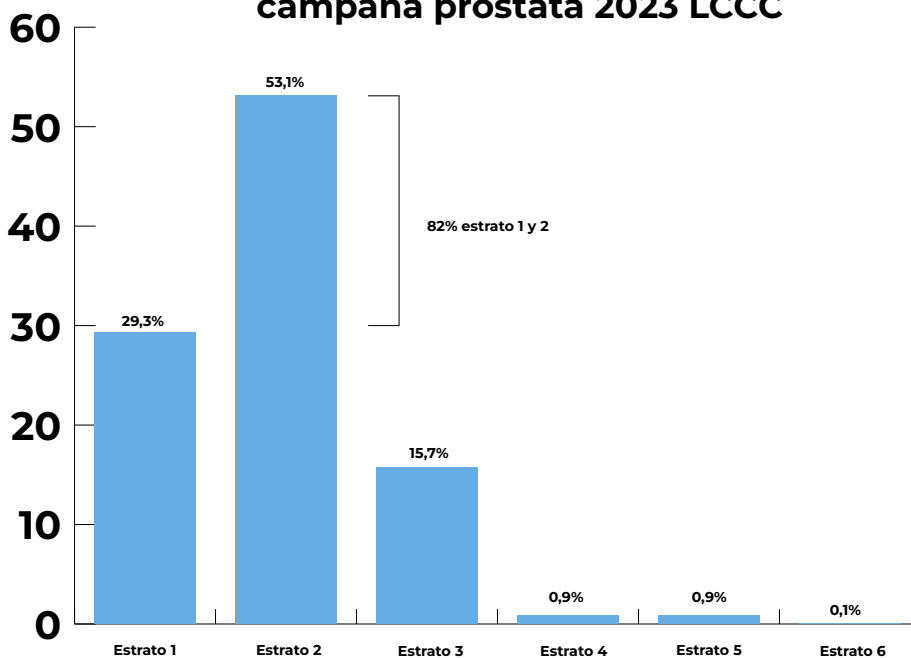
La campaña de prevención de cáncer de próstata, tuvo un incremento de 81 actividades con respecto al año 2022 para un total de 191 intervenciones, en las que primaron las sesiones educativas, resaltando el aporte para este resultado de las ligas de Cali, Cartagena, Rihacha, San Andrés, Sincelejo e Ibagué.

La participación mayoritaria se dio en las ligas de Bucaramanga, Sincelejo, Cartagena e Ibagué con 13 actividades cada una. La modalidad de actividad fue en el 96% presencial, virtual en un 4% (n=7) y mixta 1% (n=1).

Para esta campaña se entregaron 1927 bonos: PSA- 1082 y tacto rectal- 845. Se alcanzó con estos bonos a 937 hombres por primera vez (572 con PSA y 365 con tacto rectal) que corresponde a 48.6% de los beneficios entregados, el 51.4% restante ya se había realizado previamente este tipo de pruebas.

Uno de los objetivos es beneficiar a las poblaciones de mayor vulnerabilidad, para el caso de las campañas se mide a través del estrato socio económico, que en esta campaña permitió otorgar en un 82% los bonos a hombres de estratos 1 y 2.

Distribución por estrato socio económico beneficiarios bonos campaña próstata 2023 LCCC



Proyecto Cáncer de Piel

Una labor que se desarrolló en la campaña fue la entrega de bonos de apoyo económico, buscando dar mayor acceso a la población más vulnerable a servicios especializados, en total se hizo entrega de 512 bonos, de los cuales el 7% tuvo resultado positivo (n=33), en Bogotá se presentaron 11 casos positivos que representaron el 22% del total de valoraciones realizadas, es de resaltar el caso de Ocaña que tuvo 3 de las 12 pruebas practicadas como positivas o sugestivas de premalignidad.

El 88% de las personas tamizadas fueron valoradas por primera vez en su vida por un dermatólogo. De este porcentaje, 29 casos fueron reportados con lesiones sugestivas de premalignidad.

Los bonos entregados cubrieron personas de todas las edades, siendo el grupo de 60 a 64 años los que primaron con el 10.7%, lo cual concuerda con el grupo en el cual se presentaron el mayor número de casos positivos (7) en la distribución por quinquenios. El 73% de los resultados positivos se presentan en población mayor de 50 años.

La entrega de bonos busca beneficiar a la población con mayor vulnerabilidad, en este orden el 97.7% de estos se dieron a personas de los estratos 1, 2 y 3, así mismo en estos se concentraron los casos positivos o sugestivos de premalignidad.

La distribución por régimen de afiliación mostro que el 49% de los bonos se entregaron a personas afiliadas al régimen contributivo y 42% al régimen subsidiado.

Al analizar las variables de estrato socio económico y régimen de afiliación se observa que para régimen subsidiado 116 personas estaban en estrato 1 y en contributivo 113 pertenecían al estrato 2.

Teniendo en cuenta la cobertura que se debe generar en la detección temprana de cáncer de piel, se realizó un Tour denominado Salva Tu Piel, donde se beneficiaron más de 4000 personas con el examen clínico de piel con un experto en un escenario de Unidad Móvil a nivel Nacional, esta actividad generó un impacto social en ciudades grandes como Medellín, Bogotá y Bucaramanga, entre otras, y se logró canalizar a la población con hallazgos a la ruta de atención integral para lograr un diagnóstico y tratamiento oportuno.



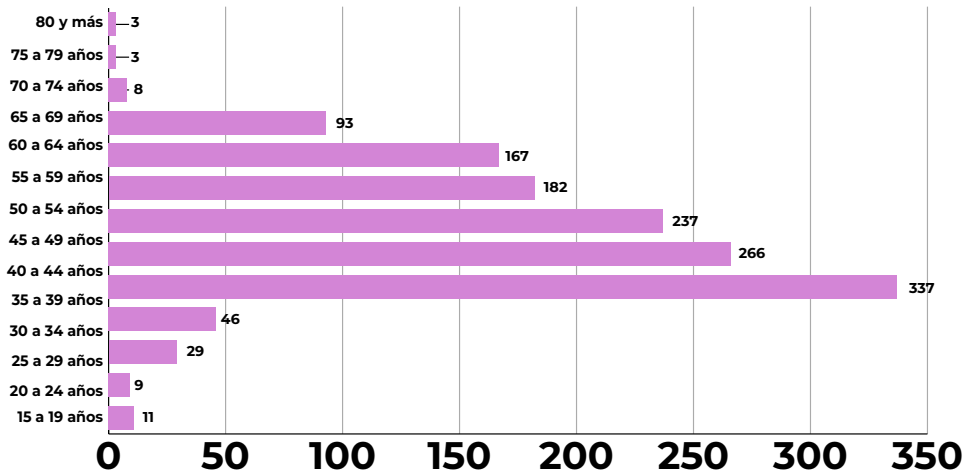
Proyecto de cáncer de mama:

Las personas registradas que acudieron a las actividades educativas de la campaña en un 20.8% fueron de la liga Cúcuta, el 15.4% de Neiva, Sincelejo 9.8% y Pereira 7.1%, estas cuatro ligas gestionaron el 53% del total de población beneficiada de las actividades educativas.

Una labor que se desarrolló en la campaña fue la entrega de bonos para examen clínico de mama, ecografías y mamografías que busca dar mayor acceso a la población vulnerable a servicios especializados, en total se hizo entrega de 1.742 bonos, de los cuales el 80.1% fueron de examen clínico de mama (n=1.395) y el 19.9% mamografías/ ecografías de mama (n=347).

Examen clínico de mama: Las ligas que tuvieron mayor participación fueron Bucaramanga, Cúcuta y Neiva cada una con 12%.

Distribución por grupo quinquenal de bonos examen clínico de mama campaña 2023 LCCC



Las mujeres beneficiadas están ubicadas en el estrato socioeconómico 1 y pertenecían al régimen subsidiado de aseguramiento. El 88.7% de los bonos se entregaron a personas de los estratos 1 y 2, lo cual evidencia el compromiso social de las campañas.

Por otro lado, 11.8% tuvo resultado de examen clínico de mama anormal (n=330), en Sincelejo se presentaron 55 casos positivos que representaron el 36.7% del total de valoraciones realizadas por esta liga, en el caso de Ocaña y Bucaramanga se tuvo 24% de las 171 y 120 pruebas practicadas como anormales.

La forma en la que las personas se enteran del beneficio entregado para el tamizaje, en un 89% fue a través de la campaña educativa; lo cual ratifica la necesidad de secuencialidad y continuidad de las actividades de la campaña de forma tal que la ruta del usuario permita gestionar el riesgo desde la sensibilización hasta la canalización de los resultados positivos.

Los bonos otorgados en un 60% se entregaron a personas afiliadas al régimen subsidiado y el 40% al contributivo, lo cual en el marco de la ruta del usuario permite en los casos positivos hacer una gestión canalizando a su aseguradora para dar continuidad al manejo requerido.



Además de las acciones en el marco de la detección temprana, se realizó la “Ruta Fucsia”, evento con el objetivo de promover la actividad física como factor protector de la salud. A nivel nacional hubo más de 3000 participantes y en Bogotá 1900, en este escenario se realizó sensibilización sobre los signos de alarma y la triada del cáncer de mama: autoexamen, examen clínico y mamografía.



Proyecto de cáncer gástrico:

El cáncer gástrico es un tipo de cáncer que en Colombia no cuenta con exámenes de tamización, pero que si abarca un pilar muy importante para disminuir el riesgo y son los hábitos de vida saludable. Por esta razón, en este proyecto desarrollado en noviembre se fortaleció en la comunidad la importancia de asistir a consulta médica periódica cuando se presenta gastritis crónica. Por medio de activaciones en espacios públicos como los transportes masivos de las ciudades principales, se realizaron sensibilizaciones sobre alimentación sana, fortaleciendo la importancia del consumo de frutas y verduras, disminución del consumo de ultra procesados y evitar el consumo de alcohol, de igual forma, se sensibilizó sobre el impacto que genera el tabaco.

En Bogotá se realizaron activaciones en Transmilenio, abarcando el Portal 80, Norte y la estación calle 76, en esta, durante un mes había información de forma permanente sobre recomendaciones, signos de alarma y factores de riesgo.

“En serio es gastritis”, este fue el nombre del proyecto, que tenía como finalidad impactar en las creencias y la importancia de la consulta médica frente a síntomas crónicos, como acidez y reflujo. Por otro lado, con esta campaña, se busca desmitificar y recomendar que los remedios caseros no son suficientes para mitigar los síntomas a nivel gástrico.

De esta manera se logró llegar a la comunidad de manera presencial y se fortaleció la comunicación con acciones digitales.

4.2 Apoyo Psicosocial

Entrega de prótesis mamarias y brasieres

Además de las acciones en el marco de la detección temprana, se realizó la “Ruta Fucsia”, evento con el objetivo de promover la actividad física como factor protector de la salud. A nivel nacional hubo más de 3000 participantes y en Bogotá 1900, en este escenario se realizó sensibilización sobre los signos de alarma y la triada del cáncer de mama: autoexamen, examen clínico y mamografía.

Este programa no sólo favorece a las pacientes que acuden a la Liga Colombiana Contra el Cáncer, sino que también se extiende a las diferentes ciudades del país a solicitud de las Seccionales:

PROGRAMA DONACIÓN DE PRÓTESIS 2022		
Liga	Prótesis	Brasier
Liga Colombiana Contra el Cáncer	33	33
Liga Contra el Cáncer Seccional Riohacha	14	14
Liga Contra el Cáncer Seccional Sincelejo	16	16
Liga Contra el Cáncer Capítulo Maicao	3	3
Liga Contra el Cáncer Seccional Bucaramanga	11	11
Liga Contra el Cáncer Seccional Valle	6	6
Liga Contra el Cáncer Seccional Cartagena	4	4
TOTAL	87	87

Talleres de apoyo psicosocial

La Liga Colombiana Contra el Cáncer brinda el abordaje de necesidades psicológicas y emocionales derivadas del diagnóstico de cáncer en los pacientes y sus familias, con el fin de contribuir a su adaptación a cada una de las fases de la enfermedad, promover la calidad de vida y su bienestar de la persona que logre transformar la experiencia del cáncer en los pacientes y sus familias.

Adicional, se presta orientación espiritual y apoyo desde trabajo social, acorde a la necesidad del paciente, cuidadores y entorno familiar. El programa de apoyo psicosocial se creó con el objetivo de contribuir en el bienestar psicológico de las pacientes de cáncer y mejorar la calidad de vida a través de actividades que permitan el crecimiento personal, la autonomía, la socialización y que a su vez sirva como red de apoyo y proceso de recuperación. Este programa está dirigido a pacientes, sobrevivientes y cuidadores, y es completamente gratuito.

NOMBRE DEL TALLER
Creando conciencia emocional
El bien oculto en mi vida
El poder del cuerpo
Estrés cero, recupera tu alma
Hábitos nutricionales saludables
Linfedema
Maestro de emociones
Mente viva en cuerpo activo
Reiki
Resiliencia
Sanando con la perfección del universo
Taller gratitud
Taller inmersión total
Terapias alternativas
Voluntad anticipada

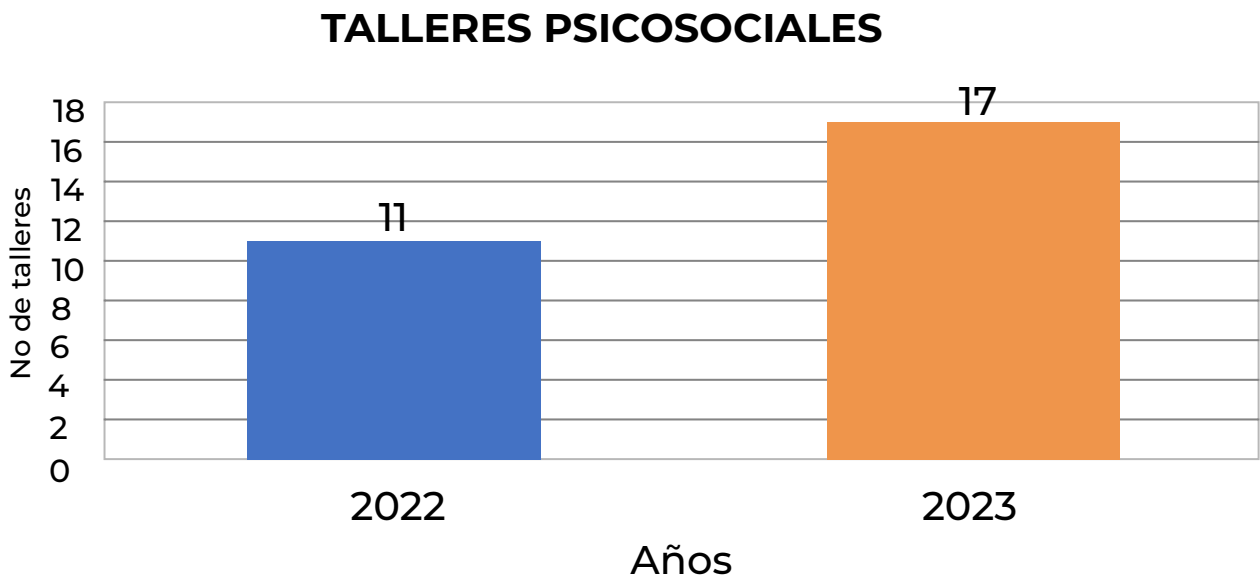
Fotografía No 1. Taller de hábitos de vida saludable



Fotografía No 2. Taller de mandalas



Grafica. Comparativo de talleres psicosociales 2022-2023



5. NUEVOS RETOS PARA LA INSTITUCIÓN

Los cambios propuestos por el Gobierno Nacional, suscitan incertidumbre en el Sector Salud, sin embargo, la institución asume el reto de gestar los cambios requeridos para continuar prestando los servicios a través de la inversión en equipos, infraestructura y talento humano a partir de 2024. Las inversiones requeridas, serán sometidas a un análisis de la factibilidad y viabilidad financiera, el cumplimiento de las normas de habilitación y, además, deben ser congruentes con las necesidades de servicio de los aseguradores o del asegurador general propuesto en la reforma a la Salud.

El compromiso de las Ligas Contra el Cáncer por transformar la experiencia del cáncer en Colombia, se fortalece día a día, buscando el bienestar del paciente, el apoyo a su familia para afrontar la enfermedad y generando en la comunidad hábitos saludables y conciencia respecto al diagnóstico oportuno. Desde esta perspectiva, la intervención que se realizará a la Liga Seccional Bogotá, marcará un derrotero para aumentar los servicios prestados por la entidad, llegar a una mayor población con la reubicación y apertura de una sede dentro de la ciudad.

Fortalecer la distribución de medicamentos a través del mejoramiento de la plataforma tecnológica y de la ampliación de portafolio con medicamentos e insumos, harán que esta línea de negocio continúe con el crecimiento que ha mostrado en estos años.

6. ESTADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR

La Liga Colombiana Contra el Cáncer, ha venido cumpliendo estrictamente las normas legales sobre propiedad intelectual y todo el software que usa la Empresa tiene todas las licencias actualizadas.

7. CUMPLIMIENTO DE ORDENAMIENTOS LEGALES

La Liga Colombiana Contra el Cáncer ha dado cumplimiento a las disposiciones de la Ley 1676 de 2013, respecto a la libre circulación de facturas emitidas por los proveedores de bienes y servicios.

La Liga Colombiana Contra el Cáncer ha validado que no existen operaciones catalogadas como sospechosas de acuerdo con el Decreto 663 de 1993 y la Ley 1762 del 6 de julio de 2015.

La Liga Colombiana Contra el Cáncer ha dado cumplimiento a las disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas conforme con lo dispuesto en la Ley 155 de 1959 que incluyen entre otros a integrantes empresariales y la prohibición de actos de competencia desleal.

La Liga Colombiana Contra el Cáncer ha dado cumplimiento a la Circular Externa 20211700000005-5 de 2021 de la Superintendencia de Salud en relación con el proceso de diseño, medición, control y monitoreo del Subsistema de Administración del Riesgo de Corrupción, la Opacidad y el Fraude – SICOE y del Sistema de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT).



Vilma García de Soto
Presidenta Nacional



Wilson Cubides Martínez
Director Ejecutivo



**LIGA
COLOMBIANA
CONTRA
EL CÁNCER**

**Informe de
Gestión General**

LIGA COLOMBIANA CONTRA EL CÁNCER