

Informe de Gestión General

LIGA COLOMBIANA CONTRA EL CÁNCER

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

AÑO 2021



**LIGA
COLOMBIANA
CONTRA
EL CÁNCER**

Informe de Gestión

Actividades Relevantes Año 2021

Señores de la Asamblea General,

El año 2021 fue un año de retos por la pandemia, la crisis del Sector Salud y la crisis económica mundial.

Asumimos la administración desde abril de 2021 y los dos primeros meses fueron de conocer a todas las áreas y temas, desde junio de 2021 se ha venido realizando una gestión encaminada a mejorar los indicadores estratégicos.

Ha sido un año de trabajo arduo y sacrificios, pero también logros, en los últimos 3 meses del año nuestra prioridad fue la de lograr certificarnos con el ICONTEC.

Han sido 8 meses de construir sobre lo ya construido, de continuar con aspectos muy destacados que ya venían, de reorganizar aspectos y áreas que necesitaban reorganizarse y de generar estrategias que permitan a la liga adaptarnos a esta sociedad y mercado de la salud en constante cambio.

Fortalecimiento de la gestión financiera y administrativa

- Se reestructuraron los comités: directivo, de auditoría y de compras
- Se consolidó la racionalización del gasto de tal forma que se realicen de acuerdo al presupuesto, por cumplimiento normativo o por urgencia manifiesta.
- Ajustes estructurales en el Servicio Farmacéutico, cambio del director del servicio y mejoramiento de procesos del área.
- Presentación de propuestas del portafolio de servicios a las aseguradoras e IPS
- Fortalecimiento de alianzas estratégicas.

Apoyo a Seccionales y Capítulos

- Organización del cronograma de visitas de asistencia técnica a las ligas para el año 2022.
- Educación continuada organización de capacitaciones.
- Implementación del sistema de estructuración y gestión de proyectos para la consecución de recursos.
- Encuentros regionales.
- Consolidación del voluntariado a nivel institucional y nacional.

Finalmente, los resultados muestran incremento en los ingresos, mejoramiento en la gestión de cartera, uso eficiente de los inventarios, incremento de Convenios, protagonismo de la Liga en el ámbito médico científico y fortalecimiento del posicionamiento de la institución.

Vilma García de Soto
Presidenta Nacional

1 – ALIANZAS Y PROYECTOS

Durante el año 2021 se ha logrado avance en los siguientes proyectos:

- a) La Liga Colombiana contra el Cáncer quedó elegido para la segunda cohorte de Country Champions de la UICC (Unión Internacional Contra el Cáncer) de países latinoamericanos. La UICC ofrece a estas organizaciones de la sociedad civil una oportunidad estratégica para sostener y desarrollar su trabajo de incidencia política fortaleciendo su capacidad organizativa y sus redes de aliados estratégicos.
- b) En mayo, se culminó el proyecto de estrategia de comunicaciones en el departamento de Arauca con el apoyo financiero y técnico del American Cancer Society (ACS) realizado desde el año 2018, con el propósito incrementar la cobertura de vacunación contra el VPH en niñas y adolescentes de 9 a 17 años en la región.
- c) La Pontificia Universidad Javeriana junto con Queen's University Belfast organizó desde el mes de marzo a junio a 2021, invitando al área médica en la participación al taller para construcción de protocolos de investigación "Vivir con y más allá del cáncer" dando el abordaje a la atención integral de pacientes oncológicos y sus familias.
- d) Se estableció una alianza con KHIRON Life Sciences Corp, para el mes de junio con el fin de realizar una campaña para prestar servicios de consulta externa de cannabis medicinal dirigido a pacientes oncológicos, cabe mencionar que este servicio se ofertó a los pacientes de manera gratuita; por cada venta de cannabis medicinal, la institución LCCC recibió un margen de ganancia.
- e) El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), American Cancer Society (ACS) y la Liga como apoyo técnico, trabajan en un proyecto en la ciudad de Bogotá, con el fin de aumentar las coberturas de vacunación contra el VPH en niñas y adolescentes de 9 a 17 años por medio de la metodología de la economía del comportamiento.

- f) En junio del 2021, la Liga Colombiana contra el Cáncer cumple con los requisitos para implementación del método New Palex ya que contamos con informe favorable como equipo de cuidados paliativos en el nivel de atención domiciliaria y ambulatoria otorgado por la Fundación New Health.
- g) Inicio de proyectos VPH en el territorio nacional: Tras la culminación del proyecto de Arauca, se inició la búsqueda de replicar la estrategia de comunicaciones en otros territorios, por tal motivo se inició un proyecto en el mes de agosto en el departamento de Cundinamarca, en el municipio de Fusagasugá. Al momento se han realizado actividades de sensibilización y de diagnóstico en la comunidad con diferentes actores claves, como docentes, orientadores e IPS-EAPB.
- Por otra parte, desde el mes de noviembre se inició con el proyecto VPH en Sucre y Córdoba, al momento solo se realizó sensibilización tanto para las ligas de los municipios, inicio del diagnóstico en el territorio y conocer cifras epidemiológicas. Se espera seguir ejecutando las etapas del proyecto en cada territorio, teniendo en cuenta la particularidad de cultura en cada uno de estos.

2 – GESTIÓN FINANCIERA Y RESULTADOS ECONÓMICOS AÑO 2021

2.1 Ingresos de la operación

Durante el año 2021, las ventas netas de la institución ascendieron a la suma de \$74.343.270 millones de pesos, que, comparadas con las ventas del año 2020, las cuales ascendieron a \$70.614.226 millones de pesos, representan un aumento del 5,6%

Por unidad de negocio, se obtuvo el siguiente resultado:

Unidad Funcional de Mercadeo	\$ 59.990.899
Unidad Funcional de Apoyo Terapéutico	\$ 14.350.616
Unidad de Promoción y prevención	\$ 1.754
	\$ 74.343.270

2.2 Aspecto financieros y contables

Durante el año 2021, 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.

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 \$17.369,765 millones a 31 de diciembre de 2020 a \$14.562,136 millones para el 2021 presentando una disminución del 16%.

Esta reducción, permitió que la institución contara con el efectivo disponible para cubrir sus obligaciones ordinarias y diera la posibilidad de tener rendimientos financieros positivos, que ascienden a \$217 millones al cierre 2021. Durante el año 2021 se ha realizado un trabajo arduo en la depuración de los giros no identificados, adicionalmente:

1. Se logró la estabilización de los días de rotación de la cartera general a partir del mes de marzo en 100 días – promedio-, debido al mejoramiento del proceso de radicación de la facturación y un mejor recaudo.
2. La facturación radicada antes del 28 de febrero de 2020, entra en el proceso normativo de pago dentro de Acuerdo de Punto Final, en concordancia con el artículo 237 de la Ley 1955 de 2019 y el Decreto 521 de 2020, siendo responsable del pago el Gobierno Nacional en cabeza de la ADRES.
3. Para el caso de las Coomeva y Famisanar, se estima que el 95% de la cartera a diciembre 31 del 2021 se encuentra bajo el esquema de pago del anterior numeral.

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

2.2.2 Inventarios

Los inventarios tuvieron una disminución del 20% pasando de \$3.716.644 millones en el 2020 a \$2.972.059 millones en el 2021. La disminución se presentó por el cambio del modelo de abastecimiento, que permite un mayor control de los medicamentos en bodega, adquisición según rotación específica y permanencia en stock de aproximadamente 17 días.

2.2.3 Resultados del ejercicio

El excedente neto del 2021 fue de \$5.111,050 millones; la ejecución de recursos en la actividad meritoria fue de \$840,337 millones, logrando ejecutar las campañas de promoción y prevención programadas para 2021.

Durante el 2021, los gastos de administración y ventas decrecieron un 6 %, y representan un 5,6% del total del ingreso operacional.

Los ingresos no operacionales, presentan los siguientes cambios significativos

1. Reducción de ingreso por arrendamiento de edificio Calle 78 12ª – 30 por entrega del inmueble por parte del arrendatario.
2. Aumento del valor de reintegro de fletes y envíos, por ampliación de entrega domiciliaria de medicamentos, como parte del plan de continuidad generado por la emergencia sanitaria del Covid19.
3. Aumento del valor recibido de las EPS por incapacidades y licencias de maternidad.
4. Aumento de las donaciones de propósito general recibidas por la institución para apoyar los planes y programas que desarrolló durante 2021.

3 - DONACIONES Y APORTES RECIBIDOS DURANTE EL AÑO 2021

Durante lo transcurrido del año 2021, se recibieron \$250.393.138 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
32141128	Hilda María Alfaro Rojas	\$ 200.000
39631512	Nancy Liliana Muñoz Morales	\$ 300.000
51710069	Diana Alejandra Casas Ocampo	\$ 1.000.000
52178886	María Del Pilar Otalora Ramírez	\$ 250.000
52715423	Sandra Catalina Bayer Arbelaez	\$ 50.000
53178138	Natalia Mejía Nieto	\$ 100.000
79273194	Juan Carlos Aunta Fagua	\$ 500.000
79274086	Orlando Vaca Melo	\$ 100.000
79365710	Jorge Eduardo Silva Quitian	\$ 200.000
79566334	Freddy Antonio Cuevas Díaz	\$ 2.500.000
800151988	Setas Colombianas S.A. Setas S.A.	\$ 10.000.000
830068318	Xcb De Colombia Limited Sucursal Colombi	\$ 32.276.000
860001093	Escobar Y Martínez S.A. E&M S.A.	\$ 4.843.138
860002392	Merck Sharp Y Dohme Colombia Sas	\$ 50.000.000
860015753	Colombiana Kimberly Colpapel S.A.	\$ 18.829.000
860052585	Servicios Al Transporte Sa	\$ 15.000.000
900299473	Fundacion Avon Colombia	\$ 100.000.000
901078996	Papeleria Empresarial Group Sas	\$ 60.000
1001344699	Jherson Stteven Barrera Duarte	\$ 20.000
1010171529	Nicolas David Castro Saavedra	\$ 50.000
1010187427	Laura Viviana Rodríguez Torres	\$ 965.000
1019009945	Luisa Fernanda Rodríguez Quiñones	\$ 200.000
1019056530	Catalina Soto Velasco	\$ 100.000
1032449193	Camilo Andres Fajardo Hoyos	\$ 50.000
1032463701	Gustavo Adolfo Gonzalez Vargas	\$ 380.000
1057604802	Julian Alberto Fernandez Rincon	\$ 200.000
1073232603	Leidy Viviana Martínez Martínez	\$ 400.000
	Donaciones en eventos	\$ 11.820.000
Total		\$ 250.393.138

Adicionalmente, en el desarrollo del proyecto “por la salud de la mujer colombiana” se recibieron \$36.165.986 como subvención por parte de la American Cancer Society.

4 - LOGROS EN BENEFICIO DE LA COMUNIDAD

4.1 Campañas de promoción y prevención

La gestión de campañas para el 2021 se enfocó en la ejecución de 5 campañas de Cáncer; en el primer semestre de cuello uterino y próstata, y en el segundo semestre piel, gástrico y mama. A continuación, se presentan los resultados de indicadores por categorías:

Campaña cáncer de cuello uterino

Lema: “Regálate tiempo cuida tu vida”

La campaña se trabajó a través de:

- Un concurso de Jingles o cuñas para radio entre Seccionales y Capítulos los ganadores se reprodujeron en emisoras de radio y redes sociales
- Concurso de fotografía de mesas decoradas para tomar onces con referencia a la campaña denominado “A la mesa con salud”.
- Encuentro virtual “Chicas Tardeando con la Liga”, realizado el 25 de marzo en donde se tocaron los siguientes temas
 - Que es el Cáncer de cuello uterino y la importancia de la vacunación
 - Amor propio
- Testimonio presencial de Kristina Lilley
- La necesidad de tomar las pruebas diagnósticas – Proyección video-
- Premiación “Adoptó un Jingle” actividades educativas y “A la mesa con salud”
- Concursos y premios de conocimientos

Campaña cáncer de próstata

Lema: “Todos jugamos y ganamos contra el cáncer de Próstata “

La campaña se trabajó a través de:

- Cuñas radiales para difusión en cadenas radiales locales y nacionales
Emisora Todelar: Se pasaron dos cuñas radiales durante el mes de junio.
- Material educativo para ser entregado en las capacitaciones a la comunidad.
- Testimonio
- Piezas de redes sociales, que fueron difundidas de acuerdo al instructivo de comunicaciones

- Alianza con Emisora **HSE:** para apoyar y hacer difusión de contenidos y campañas de prevención y detección temprana de cáncer, dentro de espacio radial Señal Salud.
 - Se realizó entrevista: Prevención en cáncer de próstata Dra. Paola Barbosa

Campaña cáncer gástrico

Lema: “Vitaminas contra el cáncer gástrico”

La campaña se trabajó a través de:

- Fortalecimiento de contenidos de la página web de LCCC mediante la redacción de los 4 Post para publicación de noticias y redacción de 7 poster elementos de nutrición.
- Diseño de recurso virtual con (RA) Realidad Aumentada en Metaverse, para enganche de las personas al sitio Web.
- Diseño y producción de piezas digitales: 6 videos o cápsulas sobre mitos y realidades del cáncer gástrico, 12 bodegones e 12 historias para redes sociales
- Difusión de mensajes clave de la campaña y llamado a la acción con el apoyo de 40 Influenciadores que se vincularon a la causa después de recibir caja expectativa de las “Vitaminas contra el Cáncer” e información clave.
- Alianza estratégica con el Grupo Éxito que contribuyó a la multiplicación virtual de la campaña en las plataformas de Surtimax, Superinter, Carulla y Surtimayorista; por otra parte, y dos activaciones en dos puntos de venta de almacenes Éxito en Bogotá, proyección de la campaña en pantallas, interacción con personal de salud, entrega del material educativo a las personas que estuvieron en el almacén.
- Diseño de actividades interactivas con objetivo pedagógico para desarrollo por parte de los lectores.

Campaña cáncer de piel

Lema: “Con sol o sin sol, la piel necesita toda tu atención “

La campaña se trabajó a través de:

- Diseño de actividades interactivas con objetivo pedagógico para desarrollo por parte de los lectores y otorgamiento de premios en evento virtual.
- Fortalecimiento de contenidos de la página Web de LCCC mediante la redacción de los 4 Post para publicación de noticias. Entrega de videos y relatos testimoniales
- Alianzas con la Fundación cáncer de piel, Clínica Aurora y laboratorio ISDIN, se gestiona el aprovechamiento de recursos existentes y la producción de material educativo nuevo.

- La Fundación Cáncer de piel aporta:
 - 4 Relatos sobre escritos de testimonio de cáncer de piel
 - 1 video Testimonio de cáncer de piel
- Laboratorio ISDIN aporta:
 - Imagen de la campaña y artes para diseño de piezas educativas
 - Obsequios para los participantes de los concursos en el evento virtual
- Diseño 2 retos pedagógicos para participar por obsequios
- Evento Virtual con la participación de la Dra. Fernanda de Caracol como moderadora, y como invitados Dra. Paola Cárdenas, Dermatólogo Oncóloga y Dra María Soledad Aluma, Médica Dermatóloga
- Elaboración y distribución de eucoles en 6 ciudades capitales, con información de la campaña.
- Elaboración y producción de material impreso de apoyo para actividades educativas (Plegables, pendón, afiches)

Campaña de seno

Lema: *“Sincronízate con el cuidado de tu cuerpo “*

La campaña se trabajó a través de:

- Fortalecimiento de contenidos de la página web de LCCC mediante la redacción de post sobre: el cáncer de mama, situación epidemiológica mundial y nacional, factores de riesgo y estrategias de prevención, y estrategias de detección temprana. videos testimoniales.
- Producción de material digital de apoyo para actividades educativas y 13 publicaciones del material entregado
- Difusión de Serie de podcast para educación en prevención primaria de Cáncer de mama.
- Evento Virtual como actividad de cierre de campaña con la moderación de Adriana Giraldo como moderadora, participación de Xiomy Xibillé como ponente, el testimonio de María Teresa Romero, presidenta de la Liga Risaralda y un homenaje artístico a las personas con cáncer de mama, sobrevivientes y fallecidas a cargo de los cantantes María MC Causland y Peter Manjarrés.
- Alianza estratégica con diferentes empresas para ampliación de la difusión de mensajes en los diferentes medios, entre ellas: RCN TV, HSE Radio, AVON, Setas Colombianas, Finesse de Alpina, Sancho Publicidad, la Dimayor y Goltly.
- Producción y distribución de material impreso de apoyo para actividades educativas (Plegables, pendón, afiches).

- Gestión de donaciones económicas para prestación de beneficios de salud a mujeres afectadas por la enfermedad con las compañías: Fundación Avon para las mujeres, Kimberly Clark y Setas de Colombia.
- Publicación de mensajes claves de la campaña a través de Redes Sociales y Página Web: Se publican post e infografías en las Redes, principalmente en Twitter, Facebook e Instagram.

Alianzas de promoción y prevención

Alianza/donante	Destinación
Estrategias Empresariales	Cuello uterino -Citologías en 13 Ligas
Sancho Publicidad	Cáncer gástrico
Emisora HSE	Todas las campañas
Fundación Cáncer de piel	Cáncer de piel
Grupo Éxito	Cáncer gástrico
Finess de Alpina	Cáncer de seno
RCN TV	Cáncer de seno
Microsoft	Seno y próstata
Fundación Avon para las mujeres	1000 mamografías
Kimberly Clark	Mamografías y prótesis
Setas Colombianas	Cáncer de seno
Di mayor - Golty, Avianca, BetPlay	Cáncer de seno - 7 ciudades

4.2 Modelo pedagógico en promoción y prevención

Durante el segundo semestre de 2021 se dio continuidad a la implementación del modelo de promoción y prevención, con la realización del curso taller enfocado en las áreas de Salud pública y pedagogía. Previo al inicio del curso taller se realizó la exploración de interés por parte de las Ligas seccionales y capítulos mediante la aplicación de una encuesta en el mes de septiembre. Este recurso permitió la definición de un horario que se facilitara para lograr la mayor asistencia; adicionalmente se pudo obtener información sobre la utilidad percibida por parte de las Ligas al material físico que se remite desde la Liga Colombiana para apoyo de las campañas, encontrando que predomina la opinión de alta utilidad en los pendones, folleto o plegables y afiches como medios físicos y el instructivo y la presentación como medios digitales.

Las sesiones del Curso Taller se realizaron de manera sincrónica y asincrónica de noviembre a diciembre 2021, la inscripción fue diligenciada por 67 personas. Las Ligas que participaron activamente en todo el curso fueron: Armenia, Bucaramanga, Buenaventura, Cali, Cartagena, Cesar, Cúcuta, Ibagué, Medellín, Neiva, Riohacha, San Andrés, Sincelejo.

Como resultado del proceso se realizó análisis de la situación epidemiológica del país con base en fuentes estadísticas nacionales e internacionales complementadas con el invaluable aporte de las ligas de cada territorio, se obtuvo información e ideas para el planteamiento de las acciones de ECpS a ejecutar en 2022.

4.3 Simposio de REPSOCUP

El 17 y 18 de septiembre de 2021, se realizó el III Simposio de apoyo psicosocial en Oncología y Cuidados Paliativos, con el enfoque de atención y cuidado integral para todos, en modalidad virtual. Las temáticas del simposio se enfocaron en el Voluntariado y redes comunitarias, abordaje psicosocial y emocional en las etapas de la enfermedad, apoyo espiritual y abordaje paliativo desde la atención domiciliaria. Contamos con 3 conferencistas internacionales.

Se inscribieron 352 participantes. Se espera en 2022, seguir realizando espacios académicos de esta magnitud para seguir compartiendo conocimiento tanto con profesionales en el área psicosocial, estudiantes de pregrado y pacientes.

4.4 Apoyo Psicosocial Entrega de prótesis mamarias y brasieres

El objetivo de este proyecto es contribuir a la mejora de la autoestima y autoimagen de mujeres de escasos recursos, que han perdido una o sus dos mamas, a través de la donación de las prótesis mamarias externa de silicona y su brasier.

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 2021		
Liga	Prótesis	Brasier
Liga Colombiana Contra el Cáncer	21	21
Liga Contra el Cáncer Seccional Cúcuta	25	25
Liga Contra el Cáncer Seccional Riohacha	8	8
Liga Contra el Cáncer Seccional Sucre Sincelejo	13	13
Liga Contra el Cáncer Seccional Caquetá Florencia	5	5

Liga Contra el Cáncer Seccional Valle Cali	18	18
Capítulo de Maicao	15	15
Liga Contra el Cáncer Seccional Huila	1	1
TOTAL	106	106

Programa de arte como terapia

El objetivo es contribuir al crecimiento personal y bienestar emocional de los pacientes a través del arte y su expresión artística, en diferentes técnicas, está dirigido a pacientes, sobrevivientes y cuidadores. Cuenta con el apoyo de 5 voluntarias con enfoque artístico que dan su tiempo para enseñar. Las clases se imparten cada 15 días de manera virtual a partir del 2020.

Clase	Número de clases	Horas	Alcance
Cursos de Oleo (2)	25 (2 horas)	50	18
Curso de dibujo y pastel	18 (2 horas)	36	6
Manualidades	18(2 horas)	36	13
Mandalas	17 (2 horas)	24	20
Cerámica	14(2 horas)	28	16
TOTAL	92	174	73

Yoga terapéutico

Su práctica contribuye al bienestar y manejo del estrés de los pacientes y cuidadores.

Esta clase se dicta con una profesora especializada en la práctica de yoga terapéutico con pacientes oncológicos que dicta clases los miércoles.

Clase	Número de clases	Horas	Alcance
Yoga miércoles	39(1 hora y media)	58	15

5. EFECTOS DEL COVID-19

Pese a la incertidumbre, las condiciones adversas y los retos que nos impuso el 2021 por la pandemia ocasionada por el virus COVID-19, se tomaron las medidas de protección establecidas por el Ministerio de Salud y la Secretaría Distrital de Salud para preservar la salud de los pacientes, colaboradores y comunidad en general, garantizando la continuidad en los tratamientos iniciados

Con el proceso de reactivación económica y la apertura gradual de los servicios de salud durante el primer bimestre de 2021, se presentó un aumento en las atenciones a pacientes respecto a 2020, que venían rezagadas por los cierres sectorizados y la priorización en la atención de la pandemia.

Para obtener los resultados que muestran nuestros estados financieros, la institución, tomó entre otras, las siguientes medidas:

- Red de entrega domiciliaria de medicamentos a través de un operador especializado, garantizando la oportunidad del tratamiento y minimizando los efectos adversos a nuestros pacientes.
- Habilitación de servicios de telemedicina para consultas de oncología, dolor y cuidado paliativo, medicina general, nutrición y psicología.
- Se garantizó la continuidad de los tratamientos y servicios ya iniciados, incentivando a los pacientes a asistir presencialmente, asegurando las medidas de bioseguridad, que en nuestro caso fueron más estrictas por la patología y las comorbilidades.

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

Hemos 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.

Hemos 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.

Hemos dado cumplimiento a las disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas conforme a lo dispuesto en la Ley 155 de 1959 que incluyen entre otros integrantes empresariales y prohibición de actos de competencia desleal.

Quiero manifestar mi agradecimiento a todos los empleados de la Institución por su dedicación y responsabilidad, a los miembros de la junta por sus orientaciones y a todos nuestros clientes y proveedores por la confianza puesta en nuestros productos y servicios.

Vilma García de Soto
Presidenta Nacional



**LIGA
COLOMBIANA
CONTRA
EL CÁNCER**

**Informe de
Gestión General**

LIGA COLOMBIANA CONTRA EL CÁNCER