

Informe de Gestión

LIGA COLOMBIANA CONTRA EL CÁNCER

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

AÑO 2024



**LIGA
COLOMBIANA
CONTRA
EL CÁNCER**

Respetados 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 2024 en la institución.

Durante el año 2024 la Liga Colombiana Contra el Cáncer amplió la red de aliados para la distribución y comercialización de medicamentos a nivel nacional, permitiendo un crecimiento importante en esta línea de negocio, superior al proyectado. La estrategia fundamental ha sido establecer relaciones de alianza estratégica en lugar de la tradicional relación cliente-proveedor con la industria farmacéutica. Igualmente, otra estrategia importante desde el punto de vista comercial ha sido establecer una relación cara a cara con nuestros clientes a nivel nacional dejando de ser una relación telefónica o electrónica, pasando a ser una relación de presencial. Adicionalmente, se han ampliado de manera importantes nuestros portafolios de productos, servicios y clientes. Se ha dispersado el riesgo más que el año 2023 y se analiza mucho más prudentemente el riesgo con cada cliente.

Dentro de los principales logros de 2024 se encuentran:

1. Constitución y fortalecimiento de la Alianza Abrázame, que promueve la vacunación contra el VPH y agrupa a más de 80 actores públicos y privados que tienen incidencia en el sector salud y educación.
2. Se ha fortalecido la alianza con la American Cancer Society de Estados Unidos.
3. Se han diversificado e incrementado los aliados para nuestros programas sociales.
4. Somos parte de la alianza LASOS, que une a actores públicos y privados en el trabajo contra el cáncer de mama.
5. Se está fortaleciendo el trabajo conjunto con las 31 Seccionales y Capítulos de la Liga en todo el país y por cada región.
6. Se han apoyado proyectos para nuestras Ligas en el país en lo referente a promoción, prevención y habilitación.
7. Nuestros programas sociales se han fortalecido en la medición y gestión del impacto en la comunidad.
8. Se han establecido alianzas operativas para la prestación de servicios de la Liga como IPS.
9. Se mantuvo la Certificación por el ICONTEC.
10. Se mantuvo la Certificación de Great Place to Work.
11. La imagen corporativa de la Liga se ha fortalecido en medios y redes sociales.
12. Las políticas de SARLAFT, SICOF, PTEE, GESTION DEL RIESGO Y DATOS son prioridad en la gestión.
13. Se ajustaron nuestros estatutos institucionales de acuerdo con los lineamientos de la Superintendencia Nacional de Salud.
14. La Liga ha contribuido en la incidencia de políticas públicas con el Congreso de la República.

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. Durante el año 2024 se desarrolló el contrato de administración de procesos con el apoyo del equipo de trabajo de la Liga Colombiana Contra el Cáncer, optimizando así los costos de los procesos operativos de la Seccional Bogotá, que redundó en una disminución de la pérdida del periodo 2024 en un 5% respecto a 2023.

Alianzas estratégicas

En 2024, nuestra organización fortaleció su capacidad de impacto social mediante la consolidación de 30 nuevas alianzas estratégicas. Estas colaboraciones se establecieron con organizaciones de la sociedad civil, colegios, IPS, EPS, agremiaciones, mesas de trabajo, universidades, empresas, entidades gubernamentales y aliados internacionales. Cada alianza representó una oportunidad de sinergia para ampliar el alcance de las campañas de prevención y detección temprana, mejorar la formación del talento humano en salud y garantizar un abordaje integral en comunidades vulnerables. Estas alianzas no solo fortalecieron nuestras acciones territoriales, sino que también permitieron integrar perspectivas innovadoras y recursos adicionales en la transformación de la experiencia del cáncer en Colombia.

Gracias al trabajo en alianza con estas organizaciones se completó un alcance de 6.518 personas más en las actividades de sensibilización, vacunación y tamización.





Actividades relevantes en materia financiera

Aspectos financieros y contables:

VENTAS

Durante el año 2024, las ventas netas provenientes de servicios y medicamentos ascendieron a la suma de \$191.571.519 en miles de pesos, que, comparadas con las ventas del año 2023, las cuales ascendieron a \$116.974.501 en miles de pesos, representan un aumento del 63,77%, siendo el nivel más alto de facturación de la Liga en toda su historia.

Por unidad de negocio, se obtuvo el siguiente resultado en miles de pesos:

Unidad Funcional de Mercadeo	\$	171.218.142
Unidad Funcional de Apoyo Terapéutico	\$	20.073.995
Unidad de Promoción y prevención	\$	279.382
	\$	191.571.519

La institución ha experimentado un aumento significativo en los ingresos por la distribución y comercialización de productos farmacéuticos durante el año 2024, especialmente en lo que respecta a las IPS. Esto ha sido posible por la gestión comercial con las estrategias antes mencionadas y otros aspectos del mercado como la coyuntura de los operadores logísticos de Sector que han presentado dificultades de abastecimiento y falta de oportunidad de pago. La Liga siempre se ha destacado por brindar siempre el bienestar de los pacientes apoyando a diferentes los actores del sector y consolidando la relación de aliados estratégicos con la industria farmacéutica.

CUENTAS POR COBRAR

Las cuentas por cobrar pasaron de \$32.539 millones a 31 de diciembre de 2023 a \$48.500 millones al cierre de 2024 presentando un aumento del 49,05%.

Durante el segundo semestre se evidencia la consolidación de la institución como proveedor de medicamentos para diversas IPS a nivel nacional, siendo referente en el apoyo brindado al sector salud en un momento agitado para el sistema de salud que se viene presentando desde agosto de 2023, fecha en que diferentes entidades promotoras de salud EPS, han informado de 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 tanto para el régimen contributivo como para el régimen subsidiado.

Este compromiso con los pacientes y la entrega oportuna de los medicamentos, también se ha convertido en un reto institucional para lograr el recaudo de las obligaciones contraídas por los clientes. Por esta razón, la rotación de cartera continua en promedio en 92 días, una rotación baja dadas las complicaciones de flujo de caja del sistema de salud.

Precisamente la demora y la insuficiencia de los giros de recursos han repercutido en algunos clientes de la institución. Por este motivo, y cumpliendo lo establecido en las políticas contables se verificó el deterioro de los clientes que han entrado en cesación de pagos hacia la institución. Se aclara que, una vez evidenciado el incumplimiento de las obligaciones, se suspendió el despacho de medicamentos.

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

INVENTARIOS

Los inventarios presentaron una variación positiva del 78,92% pasando de \$3.106 millones en el 2023 a \$5.558 millones en el 2024. Esta variación es significativa y se debe al aumento en las ventas reportadas durante el periodo y a la necesidad de la institución de mantener las existencias para cubrir las necesidades de los clientes.

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 rota-

ción, disminuyendo el riesgo de tener existencias de medicamentos que no serán vendidos o utilizados en la unidad de quimioterapia, es así que el promedio de rotación del año 2024 es de 8.85 días.

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 2025, el valor asciende a \$39 millones un 0.71% del total del inventario, lo que evidencia el adecuado manejo que se ha dado a los medicamentos e insumos adquiridos por la institución.

RESULTADOS DEL EJERCICIO

El excedente neto de ejercicio del 2024 antes de ejecuciones fue de \$9.804 millones; la ejecución de recursos en la actividad meritoria fue de \$2.724 millones, 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	\$1.656.761
Programas de apoyo a mejoramiento de infraestructura	\$382.701
Proyectos de promoción y prevención	\$241.999
Encuentros Regionales del Voluntariado	\$100.000
Apoyo psicosocial y otros programas	\$232.909
Ejecución de asignaciones permanentes	\$110.019

Durante el año 2024, los gastos de administración y ventas crecieron un 44,42%, y representan un 5,47% del total del ingreso operacional. El principal aumento corresponde a los rubros de deterioro de cartera, impuestos (Industria y Comercio, Predial y Gravamen a los Movimientos Financieros) y de mantenimientos de la sede de la institución y de la propiedad de inversión.

Los ingresos no operacionales, presentan los siguientes cambios significativos:

1. Ingreso por arrendamiento de edificio Calle 78 12^a - 30 producto de la inversión en adecuaciones de la edificación y una vez realizado el avalúo técnico de la edificación, se obtuvo una valorización del predio de \$719 millones respecto al valor registrado en 2023.
2. El valor de donaciones y patrocinios recibidos durante el año 2024, ascienden a \$140 millones. El año anterior este valor ascendió a \$353 millones.
3. Otro rubro importante dentro de estos ingresos es el reintegro de fletes por envíos a nivel nacional que asciende a \$106 millones para el año 2024.
4. Con la venta de la central de mezclas y el vehículo HBR102 se logró una utilidad en venta de activos fijos de \$77 millones.

APROPIACIÓN DE EXCEDENTE FISCAL

La Liga Colombiana Contra el Cáncer, al estar calificada como entidad sin ánimo de lucro perteneciente al Régimen Tributario Especial para el año gravable 2024, en los términos del Artículo 364 y siguientes del Estatuto Tributario, apropió el excedente fiscal del año 2023 de la siguiente manera:

Excedente Fiscal 2023	\$ 9.679.156
Reserva ejecutable - Objeto social	
Programa social y proyectos especiales	\$ 1.549.156
Total, reserva ejecutable	\$ 1.549.156
Asignaciones permanentes	
Infraestructura	\$ 6.730.000
Inversión - Fortalecimiento patrimonial	\$ 1.400.000
Total, asignaciones permanentes	\$ 8.130.000
Total, destinación de excedentes	\$ 9.679.156

DONACIONES Y APORTES RECIBIDOS DURANTE EL AÑO 2024

Durante lo transcurrido del año 2024, se recibieron \$186.987.961 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:

ID	Nombre/Razón Social	Valor
860038350	Asociación Médica de los Andes	\$50.000.000
900990465	Elca Cosmético Colombia SAS	\$32.800.000
900832629	Blush Bar SAS	\$24.045.882
830050619	City Parking SAS	\$21.068.629
860014047	Asociación Colombiana de Aviadores Civiles	\$20.075.000
890101138	Pelaez Hermanos SA	\$15.064.000
800151988	Setas Colombianas SA	\$10.000.000
900123433	Naproblab SA	\$6.000.000
830116823	Natural Body Center LTDA	\$5.000.000
800154520	Asociación Colombiana de Dermatología	\$400.000
41762547	Amador María del Carmen	\$300.000
1070927306	Hernández Caraballo Alexander	\$170.000
	Donaciones en eventos	\$2.064.450
Total		\$186.987.961

Durante el año 2024, no se recibieron subvenciones gubernamentales por ningún concepto.

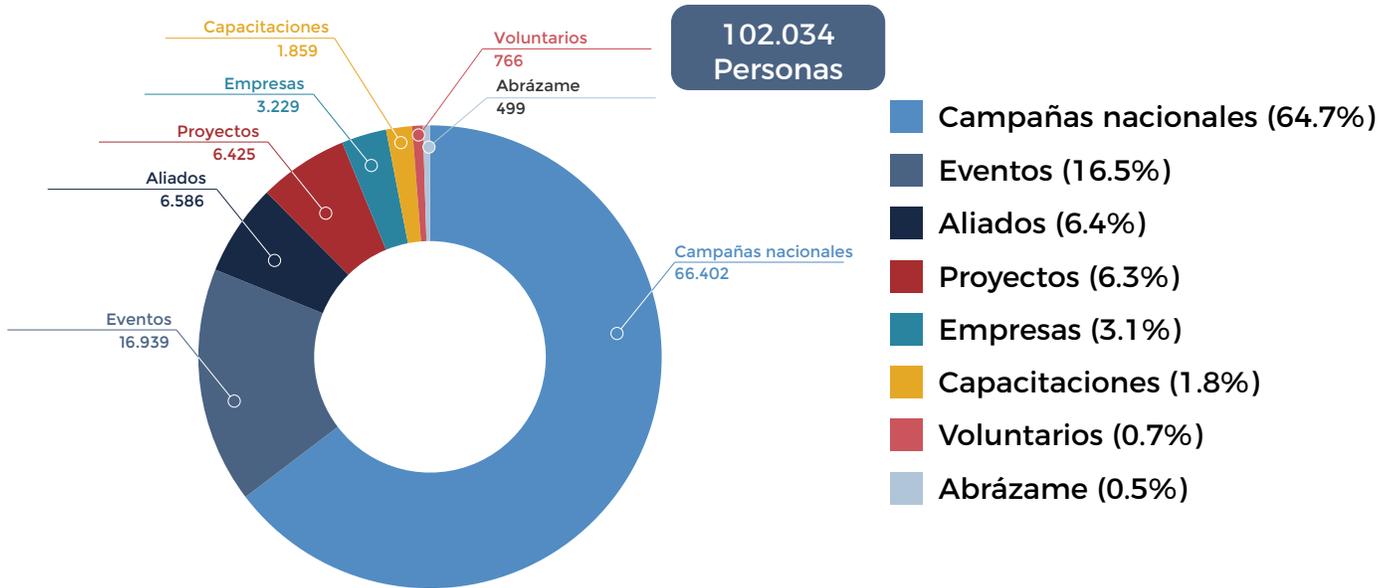
Gestión Social

- **LLEVANDO NUESTRO MENSAJE DE PREVENCIÓN Y DETECCIÓN TEMPRANA A MÁS PERSONAS EN COLOMBIA**

La Liga Colombiana Contra el Cáncer trabaja incansablemente para llevar el mensaje de prevención y detección temprana a cada rincón de Colombia, promoviendo la salud y el bienestar de las comunidades. A través de campañas, jornadas de sensibilización y acceso a los servicios de tamización, buscamos empoderar a las personas con información clave sobre cómo prevenir diversos tipos de cáncer y la importancia de la detección oportuna. Nuestro compromiso es construir un país más saludable, reduciendo las brechas de acceso a la atención en salud, especialmente en las comunidades en alto riesgo social. Cada acción que emprendemos está orientada a salvar vidas y fortalecer una cultura de cuidado y prevención.



Cobertura de población alcanzada a nivel nacional



Análisis: La gráfica muestra que 102.034 personas a 31 de Diciembre 2024 participaron en todas las actividades de prevención y detección temprana llevadas a cabo a nivel nacional, incluye LCCC y Red de Ligas. En comparación con el 2023 se evidencia un aumento de 56% en cobertura.

• TRABAJAMOS JUNTOS CONTRA LOS TIPOS DE CÁNCER QUE CAUSAN MAYOR IMPACTO EN COLOMBIA

4 de Febrero – “Día Mundial Contra el Cáncer”

El 4 de febrero, Día Mundial Contra el Cáncer, es una fecha clave para reflexionar sobre la importancia de la prevención, detección temprana y tratamiento oportuno de esta enfermedad. En febrero de 2024 renovamos nuestro compromiso con la promoción de estilos de vida saludables, el acceso equitativo a los servicios médicos de las comunidades y trabajamos a través de nuestra campaña Mitos y Realidades sobre el Cáncer, en sensibilizar a todas las personas sobre los factores de riesgo. Este día nos recuerda que juntos, con información, acción colectiva y políticas efectivas, podemos salvar vidas y transformar la historia en donde el cáncer sea prevenible y tratable para todos.

Durante esta conmemoración, se llevaron a cabo actividades pedagógicas e interactivas dirigidas a 1.314 personas en todo el país, como el gran evento desarrollado en Bogotá en el Centro Comercial Multiplaza, que tuvo por objetivo desmitificar creencias sobre el cáncer y promover la prevención y detección temprana mediante la participación de

especialistas, artistas comprometidos con este propósito y la realización de actividades lúdicas para el público asistente.



● **PREVENCIÓN DEL VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO (VPH) Y CÁNCERES ASOCIADOS - ALIANZA NACIONAL “ABRÁZAME”**

Durante el año 2024, la Liga Colombiana Contra el Cáncer desarrolló un esfuerzo integral para la prevención del virus del papiloma humano (VPH), un grupo de virus cuya infección afecta las mucosas, y es considerado la infección transmitida por vía sexual más común en el mundo, y que puede producir varios tipos de cáncer, como el cáncer de cuello uterino (CCU), de ano, de pene, de orofaringe y de vulva. agente relacionado con varios tipos de cáncer, como el cáncer de cuello uterino (CCU), cáncer de pene, cáncer de ano y ciertos tipos de cáncer de orofaringe. Este compromiso se centró en cuatro líneas estratégicas principales: la promoción de la vacunación, la sensibilización comunitaria, la formación del talento humano en salud y la detección temprana.

La Alianza Nacional “Abrázame”



La Alianza Nacional Abrázame, por una vida sin VPH, es una iniciativa liderada por la Liga Colombiana Contra el Cáncer que tiene como objetivo principal la prevención de los cánceres asociados al virus del papiloma humano (VPH), con un enfoque particular en el fomento de la vacunación. Esta alianza agrupa cerca de 80 instituciones de salud, agremiaciones, organizaciones de la sociedad civil, universidades, entidades gubernamenta-

les y actores del sector privado, con el fin de implementar acciones conjuntas para aumentar la cobertura en vacunación contra el VPH en Colombia. Durante el 2024 Abrázame consolidó su liderazgo como una iniciativa pionera en Latinoamérica articulando esfuerzos en este tema, a través de 21 encuentros de sus cuatro mesas de trabajo: la mesa de incidencia en política pública, de educación, salud y divulgación.

Impacto de la alianza

Durante el año 2024, Abrázame logró alcanzar importantes avances que fortalecieron los esfuerzos nacionales en la lucha contra el VPH:

1

Incremento en la cobertura de vacunación: Se priorizaron tanto las áreas urbanas como rurales, especialmente aquellas con mayores barreras de acceso, a través de la realización de actividades de sensibilización a docentes, padres y madres de familia, niños, niñas y adolescentes pertenecientes a las comunidades educativas. Así mismo se desarrollaron jornadas de vacunación en asocio con las Secretarías de Salud de diferentes ciudades y municipios.

2

Mobilización comunitaria: Más de 20.000 personas participaron en actividades de sensibilización que destacaron la prevención no solo del CCU, sino también de otros cánceres asociados al VPH.





3

Impulso a políticas públicas:

Durante el año, la alianza promovió medidas que fortalecieron el acceso a la vacuna, impulsando iniciativas junto con el Ministerio de Salud y otros tomadores de decisiones, en el aumento de las edades en los niños dentro del Programa Ampliado de Inmunizaciones PAI, de 9 a 17 años. Actualmente trabaja de la mano con las organizaciones aliadas en disminuir las barreras que limitan la cobertura en la vacunación.

4

Capacitación a profesionales de la salud:

A través del trabajo conjunto, con universidades, EAPB, aseguradoras y ONGs, más de 3.000 profesionales fueron capacitados en 57 actividades, mejorando sus competencias en vacunación, prevención, diagnóstico y comunicación efectiva con las comunidades. Adicionalmente, la alianza sigue transformando las percepciones sociales, posicionando la prevención del VPH como una prioridad de salud pública y contribuyendo a la reducción de desigualdades en salud.



Vacunación contra el VPH

La vacunación es la herramienta más efectiva para prevenir los cánceres relacionados con el VPH, especialmente el CCU, que sigue siendo una de las principales causas de mortalidad en mujeres en Colombia.

La Liga logró acompañar activamente las campañas masivas propuestas por el Ministerio de Salud en alianza con entidades gubernamentales y organizaciones aliadas, con el propósito de garantizar el acceso equitativo a la vacuna. Estas iniciativas estuvieron dirigidas especialmente a niñas, niños y adolescentes de 9 a 17 años. Con estas jornadas, no solo se amplió la cobertura de vacunación, sino que también se fortaleció la confianza pública en la inmunización como una medida segura y eficaz. Durante el año 2024, se desarrollaron 4.172 actividades en este tema alcanzando cerca de 22.000 personas en todo el país.



Sensibilización comunitaria

A lo largo del año, la Liga Colombiana Contra el Cáncer llevó a cabo más de 300 actividades en sus campañas informativas, talleres y actividades comunitarias que promovieron el conocimiento sobre el vínculo entre el VPH y los diferentes tipos de cáncer asociados. Estas iniciativas lograron empoderar a las familias, fortalecer la información sobre la efectividad y las seguridad de la vacuna y fomentar el tamizaje periódico como una herramienta complementaria esencial para la detección temprana, especialmente en el caso del CCU.

Formación del talento humano en salud

Asimismo, durante este período, la Liga desarrolló capacitaciones dirigidas a profesionales de la salud, con el objetivo de fortalecer sus conocimientos en la prevención del VPH y en la atención integral de las personas en riesgo. Estas formaciones incluyeron temas como la administración adecuada de vacunas, el manejo de casos sospechosos y la promoción del tamizaje, integrando un enfoque diferencial que atendió las necesidades específicas de diversas comunidades en el país.



Detección temprana del Cáncer de Cuello Uterino

Durante el 2024, la Liga Colombiana Contra el Cáncer desarrolló más de 3.800 actividades de tamización en diversas regiones del país, contribuyendo significativamente a la detección temprana de lesiones precancerosas y cánceres relacionados con el virus del papiloma humano (VPH). Estas actividades incluyeron la realización de citologías convencionales, pruebas de ADN para identificar la presencia del virus, y colposcopias dirigidas a mujeres con hallazgos sospechosos. Adicionalmente, se gestionaron remisiones oportunas a especialistas y derivaciones a tratamientos especializados para los casos que lo requerían, garantizando un abordaje integral y personalizado. Estas jornadas no solo facilitaron el acceso a servicios diagnósticos en comunidades con alto riesgo social, sino

que también reforzaron la importancia del seguimiento médico como parte fundamental de la lucha contra el cáncer de cuello uterino y otras enfermedades asociadas al VPH. **Sensibilización comunitaria**

A lo largo del año, la Liga Colombiana Contra el Cáncer llevó a cabo más de 300 actividades en sus campañas informativas, talleres y actividades comunitarias que promovieron el conocimiento sobre el vínculo entre el VPH y los diferentes tipos de cáncer asociados. Estas iniciativas lograron empoderar a las familias, fortalecer la información sobre la efectividad y las seguridad de la vacuna y fomentar el tamizaje periódico como una herramienta complementaria esencial para la detección temprana, especialmente en el caso del CCI.



• SIGNOS DE ALERTA PARA EL CÁNCER INFANTIL

Mediante una campaña digital, a través de las redes sociales, se alcanzaron a familias y cuidadores, promoviendo la identificación temprana de signos de alerta en cáncer infantil, mejorando el conocimiento de las familias en el cuidado y la prevención.

La Liga Colombiana Contra el Cáncer apoya al OICI que es una instancia plural de la Sociedad Civil conformada por líderes de las más representativas organizaciones que trabajan por la niñez con Cáncer en Bogotá y otras ciudades del país. Como instancia plural está abierta a la participación de organizaciones públicas y privadas, para trabajar armónica y eficientemente en la formulación de las políticas públicas, que contribuyan al control integral del Cáncer de los niños, niñas y adolescentes colombianos. El OICI nace con el liderazgo de la Liga Colombiana Contra el Cáncer, a partir de la preocupación por las altas tasas de mortalidad por cáncer infantil en Colombia y las dificultades en la oportunidad de acceso de los niños al sistema de salud.

En el mes de abril de 2024, celebramos junto con las Fundaciones Dharma, Sanar, Solfami, Pequeños Valientes y EnAmorArte, con la participación de artistas como Clara Luna.



● “DESVAPEÁTE: TU SALUD NO ES UN JUEGO” – PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE CIGARRILLOS ELECTRÓNICOS EN ADOLESCENTES

La campaña “Desvapéate: Tu Salud no es un Juego” ha tenido un impacto positivo en la prevención del consumo de cigarrillos electrónicos entre adolescentes. A través de un enfoque educativo y dinámico, se ha logrado sensibilizar a los jóvenes sobre los peligros asociados al vapeo, empoderándolos con información que les permite tomar decisiones saludables. La estrategia ha contribuido a reducir la percepción de seguridad alrededor del vapeo y ha promovido hábitos más saludables entre los adolescentes, apoyando el trabajo continuo de la Liga Colombiana Contra el Cáncer en la prevención de adicciones y enfermedades relacionadas.

Esta campaña además apoya y promueve la implementación de la Ley 2354 sancionada en 2024, que regula el uso de cigarrillos electrónicos.

Durante el año 2024, la Liga Colombiana Contra el Cáncer, en colaboración con diversas instituciones educativas y organizaciones aliadas, lanzó la campaña "Desvapéate: Tu Salud no es un Juego", con el objetivo de prevenir el consumo de cigarrillos electrónicos entre adolescentes. Esta estrategia busca abordar de manera integral el creciente problema del vapeo en jóvenes, un fenómeno que ha incrementado considerablemente en los últimos años y que representa un riesgo significativo para la salud pública.

El propósito central de la campaña fue sensibilizar a los adolescentes y sus familias sobre los peligros y consecuencias del consumo de cigarrillos electrónicos, especialmente los efectos adversos sobre el sistema respiratorio, cardiovascular y el desarrollo cerebral, además del riesgo de adicción a la nicotina. La campaña también se centró en la importancia de promover hábitos saludables y el fortalecimiento de la toma de decisiones informadas por parte de los participantes.

Estrategias y actividades implementadas

La campaña “Desvapéate: Tu Salud no es un Juego” implementó 135 actividades y una serie de estrategias comunicativas para llegar a los adolescentes en diferentes contextos:

1

Talleres y Actividades Interactivas: Se llevaron a cabo **135 sesiones** educativas en colegios y centros comunitarios, donde se utilizó material interactivo y recursos audiovisuales para ilustrar los riesgos del vapeo. Estas actividades también incluyeron **dinámicas grupales, música y recreación que fomentaron la reflexión sobre las consecuencias del consumo de cigarrillos electrónicos**, alcanzando en todo el país un número aproximado de **8.000 personas**.

2

Encuentro intercolegiado lúdico-recreativo: Este encuentro desarrollado en el Parque Mundo Aventura, donde participaron **465 estudiantes** de diversas instituciones educativas de Bogotá, logró involucrar de manera activa a los adolescentes en la prevención del consumo de cigarrillos electrónicos. La combinación de juegos interactivos, actividades recreativas e información clave, contribuyó a **fortalecer el mensaje de autocuidado y prevención**, empoderando a los jóvenes para tomar decisiones responsables sobre su salud.



3

Charlas Informativas: Profesionales de la salud, especialistas en adicciones y educadores compartieron información detallada sobre los **efectos nocivos del vapeo y la nicotina**, promoviendo una conversación abierta sobre los mitos y realidades del consumo de cigarrillos electrónicos con **docentes, padres y madres de familia**.

4

El curso virtual "Acciones Colectivas contra el Tabaquismo" tuvo como objetivo **capacitar a 436 participantes**, entre profesionales de la salud, educadores y líderes comunitarios, en estrategias para la prevención y control del tabaquismo. A través de los módulos, los participantes aprendieron sobre el impacto del tabaquismo y los vapeadores en la salud pública, el diseño de campañas preventivas y la implementación de espacios libres de humo. Este enfoque permitió fortalecer las capacidades locales para abordar el tabaquismo en niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos. Como resultado, **los participantes incrementaron en un 40% su conocimiento sobre el tema y desarrollaron 15 propuestas de campañas comunitarias enfocadas en la reducción del uso de vapeadores en adolescentes**. Además, las actividades organizadas por los egresados del curso **sensibilizaron indirectamente a más de 500 personas**. Este programa destacó por su impacto positivo, promoviendo acciones concretas para reducir el consumo de tabaco y mejorar la salud comunitaria.

5

Material de Difusión: Se distribuyeron **folletos - afiches informativos y presentaciones explicativas** en instituciones educativas, centros juveniles y comunidades, proporcionando **datos accesibles y fáciles de entender sobre los riesgos del vapeo**.

• DETECTANDO EL CÁNCER DE PRÓSTATA - UNA CONVERSACIÓN QUE TODOS LOS HOMBRERES DEBEN TENER



La campaña "Detectando el Cáncer de Próstata - Una conversación que todos los hombres deben tener" fue una iniciativa para sensibilizar a los hombres sobre la importancia de la **detección temprana del cáncer de próstata**, fomentar el conocimiento acerca de los factores de riesgo y promover hábitos saludables para la prevención de esta enfermedad.

1

Alcance de la Campaña: Durante el periodo de la campaña, más de **2.800 hombres fueron alcanzados** por las actividades de sensibilización a nivel nacional. Esto incluyó la participación en charlas, talleres, eventos comunitarios y actividades informativas realizadas en diversas regiones del país. Las sesiones de sensibilización llegaron especialmente a comunidades rurales y de difícil acceso, donde la información sobre el cáncer de próstata es menos difundida.

2

Tamización y Diagnóstico Temprano: La campaña organizó varias jornadas de tamización para la detección temprana del cáncer de próstata, logrando la realización de **961 pruebas de antígeno prostático específico (PSA)** en hombres de diversas edades. Como resultado de estas jornadas, se identificaron 230 casos sospechosos que fueron referidos a especialistas para su seguimiento y diagnóstico definitivo. Este esfuerzo ha permitido detectar casos en etapas iniciales, mejorando las perspectivas de tratamiento y supervivencia.



3

Sensibilización y Cambio de Percepción: Las actividades educativas y las campañas de sensibilización contribuyeron a un notable aumento en la conciencia sobre la importancia de la detección temprana del cáncer de próstata. Encuestas realizadas durante la campaña revelaron que **90% de los participantes** manifestaron un mayor conocimiento sobre los factores de riesgo y los exámenes de detección, en comparación con los niveles previos al inicio de la campaña. Asimismo, se observó un cambio positivo en la percepción sobre la necesidad de que los hombres hablen abiertamente sobre su salud y realicen chequeos periódicos.

4

Promoción de Estilos de Vida Saludables: Se promovió activamente la adopción de hábitos saludables para la prevención del cáncer de próstata, como la alimentación balanceada, el ejercicio físico regular y la reducción del consumo de alcohol y tabaco. Cerca del **90% de participantes** se comprometieron a seguir estas recomendaciones como parte de su rutina diaria.

• **TOUR SALVA TU PIEL - ACCESO A LA DETECCIÓN TEMPRANA DEL CÁNCER DE PIEL A NIVEL REGIONAL**

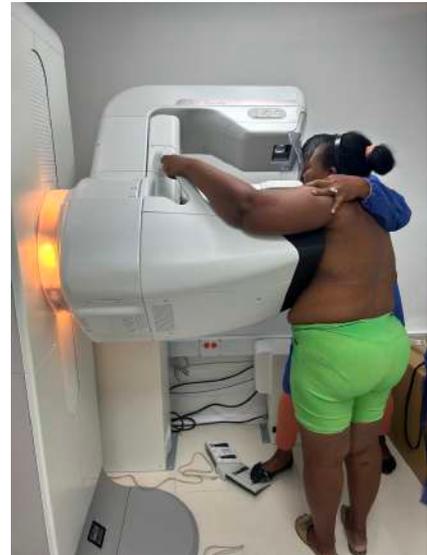


Durante el año 2024, La Liga Colombiana Contra el Cáncer desarrolló la segunda versión de la campaña "Tour Salva Tu Piel", una iniciativa nacional dirigida a promover la prevención y detección temprana del cáncer de piel. Esta campaña, realizada con el apoyo de La Roche-Posay, Asocolderma, y la red de Ligas, se enfocó en sensibilizar a la población sobre los riesgos de la exposición al sol sin protección, la importancia de la autoexploración y los controles médicos regulares, a través de más de 200 actividades a nivel nacional.

El Tour, llevado a cabo entre agosto y septiembre, incluyó jornadas de salud extramurales en unidades móviles, que recorrieron más de 10 ciudades en Colombia. Estas jornadas ofrecieron evaluaciones dermatológicas gratuitas a 3.888 personas, identificando casos sospechosos para remitir a especialistas. Además, se realizaron charlas educativas y se distribuyeron más de 5.000 kits de cuidado para la piel con protector solar. La campaña destacó la importancia de hábitos saludables, como el uso diario de protección solar y evitar la exposición prolongada al sol, posicionándose como un esfuerzo clave en la lucha contra el cáncer de piel en el país. Mediante esta iniciativa, más de 15.000 personas accedieron a tamización y sensibilización sobre prevención del cáncer de piel en diversas regiones, fortaleciendo el acceso a servicios en zonas de difícil alcance.



• **DETECTANDO TEMPRANAMENTE EL CÁNCER DE MAMA - PORQUE LAS QUIERO LAS CUIDO**



En 2024, la campaña "Las Quiero y Las Cuido en Todas Sus Formas" se enfocó en la sensibilización y detección temprana del cáncer de mama, priorizando comunidades con acceso limitado a servicios de salud. A través de más de 5.800 talleres de sensibilización y actividades comunitarias, la campaña brindó información sobre la salud mamaria, epidemiología de la enfermedad, factores de riesgo y rutas de detección recomendadas. Las Ligas a nivel nacional y en alianza con prestadores de servicios de salud locales, se realizaron 14.800 exámenes clínicos de mama, mamografías y ecografías, beneficiando a mujeres en situación de vulnerabilidad que enfrentan barreras económicas, geográficas o sistémicas para acceder a cuidados preventivos.

Las actividades de sensibilización directa alcanzaron a cerca de 15.000 personas, promoviendo un entorno solidario que destacó la importancia de la prevención y el empoderamiento comunitario. Al abordar las inequidades en salud y fomentar estrategias preventivas, la campaña fortaleció los lazos comunitarios y reafirmó el compromiso de la Liga Colombiana Contra el Cáncer de reducir las brechas en la atención del cáncer de mama y mejorar los resultados en salud a nivel nacional.

La campaña alcanzó a 6.387 mujeres a través de otros proyectos de sensibilización y tamización financiados por aliados como AVON y Estee Lauder. Se realizaron 2.390 mamografías y otras pruebas diagnósticas para detectar esta enfermedad de manera temprana.

La Ruta Fucsia

La Ruta Fucsia se desarrolló como una iniciativa de la Fundación Parceros, co-liderada por la Liga Colombiana Contra el Cáncer, que buscó promover la concientización y la detección temprana del cáncer de mama a través de un evento comunitario que fomen-

ta la actividad física y la participación ciudadana. Mediante actividades deportivas como atletismo, ciclismo de montaña (MTB) y ciclismo de ruta, la Ruta Fucsia sensibilizó a los y las participantes sobre la prevención del cáncer de mama, honró a los sobrevivientes y promuevió la solidaridad con las pacientes.

El evento, realizado el 27 de octubre, reunió a 4,895 participantes en toda Colombia (2,574 mujeres y 2,419 hombres), incluyendo 2,200 personas en Bogotá. Las y los asistentes, provenientes de diversas regiones (Bogotá, Pasto, Neiva Bucaramanga, Manizales, Chinchiná, Ibagué, Magdalena, Cali y Medellín), participaron en una de las tres categorías mencionadas. La jornada estuvo marcada por un ambiente de entusiasmo y camaradería, con actividades recreativas, homenajes a sobrevivientes y un fuerte espíritu comunitario que promovió la detección temprana de la enfermedad.



Proyectos de Detección Temprana de Cáncer de Mama (2024)

En las campañas de detección temprana de cáncer de mama, el proyecto financiado por AVON permitió la realización de 2.390 mamografías en todo el país, gestionadas a través de las Ligas pertenecientes a nuestra Red Nacional. Por su parte, el proyecto financiado por Estée Lauder se desarrolló en las comunidades de Quibdó (Chocó), Soacha y Bituima (Cundinamarca), donde se sensibilizó a 208 participantes mediante actividades educativas y tamizaciones, alcanzando a comunidades con necesidades significativas en prevención y diagnóstico temprano.



DECIMOS NO AL CÁNCER GÁSTRICO - EN SERIO ES GASTRITIS

La campaña de prevención del cáncer gástrico de 2024, se enfocó en la sensibilización de la letalidad de la enfermedad y sus cifras de incidencia y prevalencia en Colombia y el mundo, sobre los factores de riesgo, la importancia de la detección temprana y la promoción de hábitos saludables para reducir la aparición de esta enfermedad. A través de activaciones en lugares de alto tráfico, empresas y hospitales, se desarrollaron talleres, materiales educativos, videos y jornadas de sensibilización, donde se logró informar a más de 1.100 personas en comunidades vulnerables. La campaña resaltó la relación entre el consumo de alimentos procesados, el tabaquismo, la infección por *Helicobacter Pylori* y el desarrollo del cáncer gástrico, fomentando cambios en los estilos de vida.

Como parte de la campaña, se lanzó el reto "Por tu Estómago," una iniciativa diseñada para motivar a las personas a adoptar hábitos saludables y reducir los riesgos asociados a esta enfermedad. El reto incluyó tres acciones clave: realizar actividad física regularmente, elegir una alimentación equilibrada evitando alimentos ultraprocesados y ricos en sal o azúcar, y priorizar visitas al médico para la detección temprana y chequeos de salud.

Más de 500 personas participaron activamente en esta iniciativa, registrando sus avances en redes sociales y compartiendo sus historias de cambio. A través de talleres educativos y guías prácticas, la campaña brindó herramientas para mejorar el bienestar integral de los participantes. Este enfoque práctico y accesible destacó la importancia de prevenir el cáncer gástrico desde el autocuidado y la adopción de estilos de vida saludables, demostrando el impacto positivo de pequeñas acciones diarias en la salud a largo plazo.



Voluntariado LCCC



En 2024, la Liga Colombiana Contra el Cáncer (LCCC) puso en práctica su modelo de voluntariado el cual venía diseñándose desde 2023, tomando como base el voluntariado tradicional de la organización e integrando las mejores prácticas identificadas en las regiones. Este nuevo enfoque busca estructurar un voluntariado que brinde apoyo integral en las actividades misionales de la Liga, abarcando gestión social, atención psicosocial, logística, operativa y asesoría. Con el objetivo de canalizar tiempo, trabajo y talento hacia nuestra misión, se fomenta la donación de horas efectivas y productivas para beneficiar a las personas que atendemos, fortaleciendo el impacto de nuestras iniciativas.

Actualmente, el voluntariado cuenta con **112 aspirantes activos** que, desde septiembre de 2024, han participado en **15 actividades** clave. Estas incluyen campañas como la Ruta Fucsia y sensibilizaciones sobre cáncer de mama, activaciones con pacientes en Titan Plaza, el Simposio sobre Cambio Climático, el Día del Voluntariado, la Vacunación en el colegio The Victoria School, y la celebración de Navidad en el marco de la campaña de cáncer gástrico en la comunidad de Buenos Aires en Cazuca, Soacha.

Además, el modelo **ha incorporado capacitaciones** en temas como VPH, cáncer de próstata, cáncer de piel, cáncer de mama y cáncer gástrico, fortaleciendo las competencias del voluntariado y asegurando un apoyo estratégico y comprometido en cada iniciativa de nuestra organización.



Nuevos retos para la institución:

Reconocemos que los cambios propuestos por el Gobierno Nacional generan incertidumbre en el Sector Salud. No obstante, nuestra institución se compromete a afrontar el reto de implementar las modificaciones necesarias para mantener la prestación de nuestros servicios con ajustes en nuestra Planeación Estratégica que nos permita ser más adaptativos a las condiciones del mercado. Esto se logrará a través de la inversión en tecnologías, equipos, infraestructura y talento humano a partir del año 2025.

Es importante destacar que todas las inversiones propuestas serán sometidas a un riguroso análisis de factibilidad y viabilidad financiera. Además, nos aseguraremos de que cumplan con las normas de habilitación y que sean congruentes con las necesidades de servicio, tanto de los aseguradores actuales como de los aseguradores futuros.

Además, 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.

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

La institución ha venido cumpliendo estrictamente las normas legales sobre propiedad intelectual. El software que utiliza en el desarrollo de sus actividades, cuenta con todas las licencias de uso actualizadas.

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 – SICOF y del Sistema de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT).

HECHOS RELEVANTES POSTERIORES AL CIERRE 2024

A la presentación de este informe no se presentaron otros eventos subsecuentes entre el 31 de diciembre de 2024 y a la fecha de emisión de los estados financieros.

El año 2024 fue un año de muchos retos para la institución, sin embargo, hemos logrado un crecimiento y reconocimiento, no solamente desde la perspectiva comercial, sino también desde la perspectiva del impacto social y de apoyo en la discusión y ajuste de las políticas de salud pública.

El año 2025 vislumbra muchas oportunidades y posibilidades de continuar con esta labor, de la mano de nuestros voluntarios y de todo el equipo de trabajo de las Ligas Contra el Cáncer lograremos superar.



Vilma García de Soto
Presidenta Nacional



Wilson Cubides Martínez
Director Ejecutivo



**LIGA
COLOMBIANA
CONTRA
EL CÁNCER**

Informe
de
Gestión

2024