LIGA CONTRA EL CANCER
SECCIONAL HUILA

Neiva, 26 de marzo de 2025

1. INTRODUCCIÓN

Se ha procedido a realizar una verificación, dentro de la transición que se da al retiro de quien fue Directora Ejecutiva el pasado 31 de diciembre de 2024, sobre los ítems que, originalmente, fueron planteados como parte del Plan de acción para el año 2024, considerando que, de manera significativa, las condiciones de iliquidez, la disminución en ventas y la lenta reducción de los gastos, pero principalmente de los costos, incidieron de manera negativa en el desarrollo del plan de gestión previsto.

A continuación se presenta un informe consolidado de cómo se desarrolló el Plan de Acción para la vigencia 2024.

2. OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE GESTIÓN

Pese a las circunstancias, la institución continúa centrada en la detección y tratamiento en fases tempranas de la enfermedad, de forma preventiva, bajo un enfoque integral, pues no solo lo hace con enfoque exclusivo al paciente, sino a su familia y al entorno social, a los que se llega mediante campañas educativas de sensibilización y concienciación en procura de detectar en fases tempranas esta patología. Como institución enfocamos todo nuestro actuar en este objetivo: la detección temprana.

3. POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL.

A raíz de la compleja situación económica, la incursión de nuevos actores o el fortalecimiento de otros existentes, que compiten directamente en nuestro segmento de servicios, han afectado negativamente nuestra participación en el mercado. Los nuevos ofertantes han incursionado con campañas publicitarias fuertes, algunas cuestionables pues tienden a ser engañosas, en general, fundamentadas en menores costos y mayores beneficios para el usuario. Y se consideran cuestionables porque los servicios ofertados se hacen con insumos básicos (profesionales de la salud sin especialidad alguna, con equipos que, aunque habilitados para ello, no ofrecen las prestancias que requiere diagnosticar y prevenir una patología tan delicada como es el cáncer y bajo una modalidad de campañas o brigadas periódicas desarrolladas en esta ciudad, pues se trata de agentes externos a ella. En contraste, nuestra institución, que *ofrece el respaldo y experiencia de casi medio siglo*, con profesionales médicos *especialistas en radiología* y *equipos de altas prestaciones para el diagnóstico*, no puede asumir los bajos costos de la competencia. De otro lado, un competidor ha fortalecido su estrategia de atender en municipios mediante una unidad móvil de atención en salud, lo que nos resta competitividad en los municipios donde hacemos presencia.

No obstante lo anteriormente expuesto, se viene incrementando el marketing por medios digitales, con resultados muy positivos que, sin embargo, no alcanzan a contrarrestar el 100% de las situaciones que nos generan pérdida en la tasa de usuarios.

Es necesario trabajar en incrementar el portafolio de servicios en cuanto se tenga la oportunidad de hacer inversiones en esta línea con el propósito de mejorar el volumen de atención de usuarios en la institución.

4. CONTRATACIÓN.

Durante la vigencia 2024, hacia mediados del segundo semestre, se finalizaron (no se renovaron o se notificó la determinación de no continuidad) de los contratos que incluían servicios de oncología, habida cuenta de la determinación del cierre de algunos servicios conexos. Esta determinación fue tomada a raíz de los altos costos que implicaba mantener su operación frente a los ingresos que se generaban. De esta forma se generó importante disminución de las ventas y la necesidad de implementar ajustes progresivos en los costos y gastos. Ejemplo de esta situación fue la desvinculación progresiva de profesionales y demás personal vinculado a estos servicios, a los cuales no se podía dar por terminados sus contratos por los altos costos que se podían generar por liquidaciones y, en consecuencia, sus contratos no se renovaron para nueva vigencia a medida que se dieron sus vencimientos.

5. PROCESO DE HABILITACIÓN.

Se surtió en el mes de julio, según programó la Secretaría de Salud Departamental, ente con funciones de inspección, vigilancia y control, la visita de verificación de cumplimiento de condiciones de habilitación. En general como institución nos encontramos cumpliendo con el grueso de requisitos exigidos, no obstante los resultados no fueron 100% favorables, pues se encontraron algunas falencias, las que también incidieron en la determinación del cierre de servicios oncológicos, particularmente relacionadas con el servicio de Quimioterapia, el cual no contaba con área de trabajo limpio independiente, ni red de oxígeno, como aspectos más sobresalientes para este servicio.

También se objetó la no disponibilidad de elevador para traslado de usuarios con movilidad reducida del primer al segundo nivel y la carencia de áreas de trabajo independientes en la zona de quimioterapia, trabajos de infraestructura no se pudieron materializar dada la crisis de liquidez que afecta la institución, pese a que, por ejemplo, en el caso del elevador nuestra institución había gestionado mediante un proyecto ante la Liga Colombiana cerca del 50% del valor del costo de su instalación, lo que ascendía a la suma de $70 millones, aproximadamente.

Se suscribió el acta de la visita al momento de su finalización, quedando pendiente el informe final y las conclusiones respectivas.

LIGA CONTRA EL CANCER
SECCIONAL HUILA

6. ASPECTOS CONTABLES Y FINANCIEROS.

Se realizó un gran esfuerzo para la migración del software contable a la Plataforma World Office, en medio de una inconveniente rotación de personal, en particular de Contador, quien renunció sin culminar este proceso, motivo por el cual se debió recurrir de emergencia a suplir esta vacante. Sin embargo, se cumplió con la totalidad de las obligaciones tributarias.

Para el año 2024 los indicadores económicos se degradaron y las pérdidas fueron significativas, exacerbadas por el deterioro de cartera de difícil recaudo y la significativa reducción de los ingresos por cierre de servicios. En Detalle, dentro del informe del Contador, se podrán evidenciar las cifras de cierre para el año.

Como elemento importante para la obtención de recursos se planteó la toma de crédito a interés bancario, pero con personas jurídicas no financieras, con garantía real. La proyección de enajenar activos improductivos para obtener la liquidez necesaria para las inversiones requeridas para la compra de equipos que permitan la implementación de nuevos servicios, así como el saneamiento de algunos pasivos, no se cumplió.

Pese a las gestiones no se materializó la consecución del aliado estratégico bien para la inversión y/o implementación de nuevas tecnologías, con lo que se pretendía incursionar y prestar de nuevos servicios, uno de los objetivos primordiales definidos para el año 2024.

Cartera. Este ítem tiene como aspecto relevante la significativa disminución, dado que su gestión en el último trimestre del año 2024 permitió la recuperación de la mayor parte, siendo un rubro que tiende a ser mínimo en el 2025, teniendo en cuenta que no se trabaja con EPS de los regímenes contributivo y subsidiad.

7. ACCIÓN SOCIAL.

Representado por las campañas de carácter preventivo que se adelantaron a lo largo del año, las cuales se efectuaron en coordinación con la Liga Colombiana. Las principales fueron:

Día mundial contra el cáncer: derribando mitos. 2 de febrero de 2024. Charlas educativas en seis (6) empresas, cuatro (4) colegios y una (1) universidad. Cubrimiento: 321 personas.

Prevención de cáncer de cuello uterino. Del 6 al 24 de marzo. Charlas educativas en diecinueve (19) colegios, una (1) empresa, una (1) universidad y dos a la comunidad en general. Cubrimiento: 1.612 personas. Pruebas de tamización efectuadas: 192

citologías vaginales, dos (2) colposcopias y dos (2) biopsias.

Prevención de cáncer de cuello uterino en niñas: por la salud de la mujer, dale un regalo de vida. Cubrimiento: 158 niñas vacunadas.

Campaña de prevención de cáncer de pulmón: fumar no llena el vació, lo crea. 31 de mayo de 2024. Charlas educativas a siete (7) colegios y una (1) universidad. Cubrimiento: 342 personas.

Campaña de prevención de cáncer de próstata: sólo para hombres. Del 20 de junio al 19 de julio. Charlas educativas a siete (7) empresas y una (1) a la comunidad en general. Cubrimiento: 258 personas. Pruebas de tamización efectuadas: 44 exámenes físicos e igual número de PSA tomados.

Campaña de prevención de cáncer de piel: cuida tu piel y protege la suya. Del 15 al 31 de agosto de 2024. Charlas educativas a cinco (5) empresas, seis (6) a la comunidad en general y un (1) colegio. Cubrimiento: 936 personas. Pruebas de tamización efectuadas: 30 exámenes físicos de pie.

Campaña de prevención de cáncer de seno: las quiero y las cuido en todas sus formas. Del 13 de octubre al 10 de noviembre. Charlas educativas en catorce (14) empresas, cinco (5) colegios y cuatro (4) a la comunidad en general. Pruebas de tamización efectuadas: 170 exámenes físicos, 14 ecografía y 11 mamografías.

Campaña de prevención de cáncer en vías digestivas. Del 28 de noviembre al 7 de diciembre. Charlas educativas a dos (2) empresas y una (1) a la comunidad en general. Cubrimiento: 73 personas.

8. ADMINISTRATIVO.

Se continúa con los convenios docencia-servicios con la Universidad Antonio Nariño, programa de Enfermería, con un enfoque netamente administrativo, relacionado con Gestión de proyectos y apoyo al área asistencial en la actualización y documentación de procesos.

Atentamente,

FERNANDO SOTO V.
Director Ejecutivo