



Informe de
gestión
2024

Diana Carolina Robayo
Directora Ejecutiva

ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN

CONSEJEROS FUNDADORES

Álvaro Garcés Giraldo Q.E.P.D
Alberto José Carvajal Lourido Q.E.P.D
Antonio Obeso de Mendiola Q.E.P.D
Hernando Jaramillo Valencia Q.E.P.D
Luz Mejía de Obeso Q.E.P.D
Remedios Borrero de Victoria
Fundación Valle del Lili

Alice Echavarría de Garcés Q.E.P.D
Alonso Botero Goldsworthy Q.E.P.D
Henry Jensen Thorin Q.E.P.D
Luis Felipe Carvajal Albán
María Zamorano de Lloreda Q.E.P.D
Fundación Carvajal

CONSEJEROS ADHERENTES

Armando Lloreda Zamorano
Elena Cruz Naranjo
José Félix Bohmer Ángel
Marcela del Socorro Astudillo Palomino

Carlos Alberto Correa Salazar
Ana Cristina Orrego
Lilian Helena Jensen Mosquera
Pablo Sanint Micolta

JUNTA DIRECTIVA

Armando Lloreda Zamorano
Elena Cruz Naranjo
José Félix Bohmer Ángel
Luis Felipe Carvajal Albán
Pablo Sanint Micolta

Carlos Alberto Correa Salazar
Ana Cristina Orrego
Lilian Helena Jensen Mosquera
Marcela del Socorro Astudillo Palomino
Remedios Borrero de Victoria

PRESIDENTE

Luis Felipe Carvajal Albán

SECRETARIO

Lilian Helena Jensen Mosquera

DIRECTOR EJECUTIVO

Diana Carolina Robayo Ramírez

REVISOR FISCAL

Grecia Liliana Muñoz Mera

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	5
2. PROCESO ESTRATÉGICOS UNICÁNCER	6
2.1 Plan Estratégico 2024 -2026: Qué logramos, qué no logramos y que quedó para el año 2025	6
2.2 Sistema de Gestión integrado	10
2.3 Gestión Comercial	14
3. PROCESOS MISIONALES	17
3.1 Sensibilización e Impacto en la Comunidad	17
3.2 Consulta Externa	19
3.3 Apoyo Diagnóstico	20
3.4 Apoyo Terapéutico	22
3.5 Mercadeo	22
4. PROCESOS SOPORTE	24
4.1 Gestión Humana	24
4.2 Gestión Administrativa	25
4.3 Gestión Financiera	26
5. ANÁLISIS FINANCIERO	29
5.1 Estado de Situación Financiera	29
5.2 Estado de Excedente integral	32
5.3 Ejecución presupuestal	35
5.4 Flujo de Efectivo	37
5.5 Indicadores Financieros	38
6. GESTIÓN DE CUMPLIMIENTO DE NORMAS	39
6.1 Convergencia a Normas Internacionales de Información Financiera	39
6.2 Régimen Tributario de Entidades sin ánimo de Lucro (ESAL)	39
6.3 Operaciones con Fundadores y Administradores - Artículo 446, Ordinal 3 del Código de Comercio.	39
6.4 Cumplimiento de Normas Sobre Propiedad Intelectual y Derechos de Autor	39
6.5 Tratamiento de Información y Datos Personales	40
6.6 Acuerdo de Confidencialidad	40
6.7 Revelación y Control de la Información Financiera	40
6.8 Cumplimiento de los Requisitos de Habilitación de Servicios de Salud	41
6.9 Situación Jurídica	41
6.10 Aportes a la Seguridad Social	42
6.11 Operaciones Factoring	42
6.12 Pasivos Contingentes	42

6.13 Acontecimientos Acecidos Después del Ejercicio	42
6.14 Principio de Negocio en Marcha	43
6.15 Hechos Subsecuentes	44
7. EVOLUCIÓN PREVISIBLE DE UNICÁNCER	46

1. INTRODUCCIÓN

Señores miembros del Consejo de Fundadores,

Unicáncer sigue siendo reconocida por su calidad, confianza y servicio. Sigue siendo identificada como una entidad experta en diagnóstico, con excelentes profesionales, buena tecnología y enfocada en el servicio. Además, que sigue impactando a la comunidad a través de sus campañas de diagnóstico oportuno de los distintos tipos de cáncer.

El año 2024 fue un año de cambios, se finalizó el plan estratégico en abril aportando un marco de acción por los siguientes 4 años, se planteó la estrategia de marketing digital enfocada en los pacientes particulares, iniciaron las obras de remodelación, incrementó la facturación en la mayoría de los clientes, ingresaron nuevos clientes y el año cerró con un comportamiento de la facturación mejor al que se había presentado históricamente.

Los resultados operacionales mejoraron frente al año 2023, sin embargo, se definió aumentar el deterioro de la cartera No PBS superior a los 720 días perteneciente a la EPS Servicio Occidental de Salud (SOS), lo que incrementó los gastos administrativos y por lo tanto aumentó el déficit operacional. La cartera creció 1,3% frente al año anterior y se gestionó el recaudo que permitió mantener el flujo de caja y las inversiones en los fondos que generaron rendimientos y que permitieron lograr utilidad neta.

El año 2025 seguirá siendo un año de grandes retos, sigue en estudio la reforma a la salud, ha habido cambios en los clientes actuales, han realizado cambios en su red de prestadores y en su forma de contratación lo que terminará impactando las proyecciones realizadas para este periodo, pero también seguirán motivado a Unicáncer y a todo su equipo de trabajo a buscar nuevas alternativas.

Agradezco a la Junta Directiva y al Consejo de Fundadores por seguir confiando en mi criterio, en mis decisiones y en mi gestión.

DIANA CAROLINA ROBAYO R.

Diana Carolina Robayo Ramírez
Directora Ejecutiva

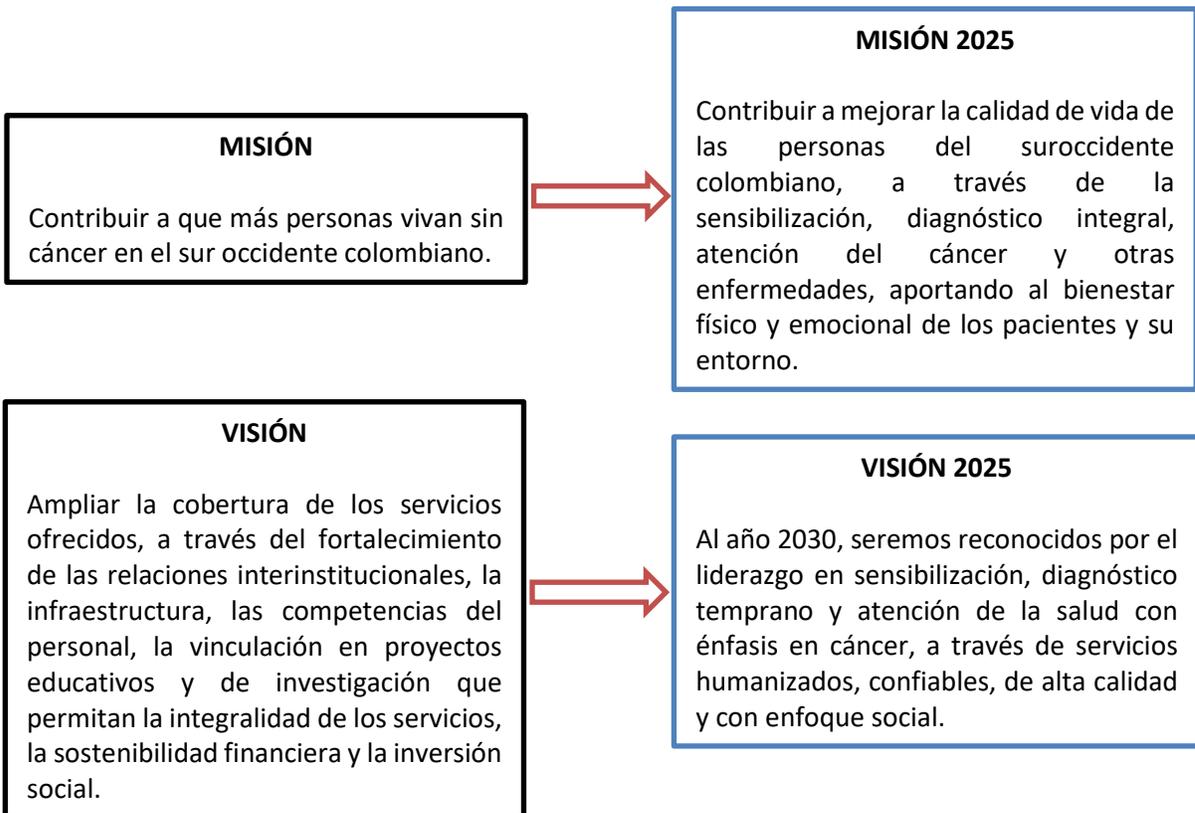
2. PROCESOS ESTRATÉGICOS UNICÁNCER

2.1. Plan Estratégico 2024-2027: qué logramos, qué no logramos y que quedó para el año 2025

Se realizó proceso de consultoría externa con Compartamos por Colombia con el objetivo de garantizar la sostenibilidad en el tiempo de Unicáncer. El proceso inició en octubre de 2023 y finalizó en abril de 2024 con la aprobación del plan estratégico en reunión extraordinaria de Junta Directiva.

Se definieron como grupos de interés a los Particulares y a la Secretaria de Salud de Santiago de Cali, sobre los cuales debía enfocarse y las acciones generales alrededor de las necesidades de la mujer, incluyendo la dermatología estética para apalancar la razón meritoria de Unicáncer. Se aprobó realizar la inversión completa en la remodelación de la infraestructura, en marketing y posicionamiento de la marca Unicáncer.

Además, se realizaron cambios en los lineamientos estratégicos, los cuales regirán a partir del año 2025.



VALORES 2025

- Confianza
- Honestidad
- Responsabilidad
- Calidad
- Servicio

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 2025-2027

- Incrementar gradualmente el IMPACTO SOCIAL de Unicáncer a través de un modelo de atención que abarque los diferentes momentos de intervención de cáncer y de otras patologías en los diferentes grupos de interés
- Asegurar la SOSTENIBILIDAD FINANCIERA a través de estrategias que apalanquen el impacto social y el cumplimiento de la misión.
- Fortalecer el TALENTO HUMANO aportando a su crecimiento personal y profesional, enfocando sus capacidades al logro de la estrategia institucional
- Asegurar LA INFRAESTRUCTURA física y tecnológica adecuada para garantizar, conforme a la normatividad, la continuidad, calidad y oportunidad de los servicios.

Las estrategias definidas se muestran a continuación con cada uno de sus logros para el año 2024 y acciones pendientes para el año 2025.

1. Enfoque en los grupos de interés Particulares y Secretaria de Salud

LO QUE SE LOGRÓ EN EL 2024	LO QUE NO SE LOGRÓ EN EL 2024	LO QUE ESTÁ EN PROCESO O QUEDÓ PARA EL AÑO 2025
Estudio de mercado identificando el cliente de Unicáncer o Buyer Persona, la personalidad de la marca, los diferenciales como Institución, lo que la marca representa para los usuarios.	Alianza estratégica con la Secretaria de Salud del Distrito de Santiago de Cali. Se propuso hacer las campañas relacionadas con detección temprana de cáncer a nivel digital y unificada para todas las ESE de Cali. Fue aprobada por el Subsecretaria de Salud de Cali. Se inició con la detección temprana de próstata, sin embargo, una vez desarrollado el material y enviado a la secretaria de salud, no se volvió a obtener respuesta y nunca fue publicada la campaña como fue planeada.	Fortalecer los resultados de venta a particulares de la persona dedicada a atender las necesidades de los pacientes particulares, logrando respuestas rápidas a las inquietudes de los pacientes y alineadas también a las inquietudes de los pacientes derivados de las publicaciones y pautas en redes sociales.
Se contrató nueva agencia de marketing con el objetivo de aumentar las ventas a pacientes	Se propuso a la ESE Ladera realizar una formación específica en detección de cáncer para todos los	En noviembre de 2024 se dio inicio al proceso de remodelación de las áreas asistenciales con el propósito de

<p>particulares en servicios rentables y en nuevos servicios como dermatología y dermatología estética.</p>	<p>equipos primarios. Se planeó, se desarrollaron contenidos, se buscaron aliados, pero no se desarrolló pues los interlocutores de la ESE no volvieron a responder a los mails, chats y llamadas.</p>	<p>mejorar la experiencia del paciente y además volver la institución más atractiva para el grupo de interés de los particulares. Se alcanzó al cierre del año 2024 a finalizar aproximadamente el 90% de la intervención en el piso 3, quedando pendientes pisos 1 y 2</p>
<p>Los ingresos derivados de los clientes particulares y tarjetas de descuentos crecieron 54,2% frente al año 2023. La venta de medicamentos creció 19,2% y la de servicios creció 13,8%. Pasaron de representar el 13,3% de las ventas en el año 2023 al 16,4% en el año 2024.</p>	<p>Se planteó con la ESE Ladera, el desarrollo de un proyecto relacionado con la detección temprana y prevención de cáncer de piel denominado "Programa para la identificación de cáncer y afecciones de la piel a la comunidad del municipio de Cali". Este incluyó la formación de líderes en cáncer de piel para que se volvieran multiplicadores dentro de la comunidad médica y de pacientes. Se formaron 40 líderes y se hicieron 110 tamizajes de piel y 20 biopsias. No se logró el impacto esperado, ni a nivel de educación, ni a nivel de tamizaje. Hubo que incluir población en un hogar geriátrico de Jamundí para poder concluir el proyecto.</p>	<p>Se debe de manera cíclica, reforzar las competencias de ventas y servicio al cliente en todo el personal. Enfoque en los productos estrella (alto crecimiento y alta participación en el mercado, por lo que suelen ser productos que acaban de lanzarse o están en un mercado en fase de crecimiento), interrogante (gran potencial de crecimiento, pero también con una baja cuota de mercado. Este tipo de productos acabará convirtiéndose en un producto vaca o un producto perro) y vaca (productos que necesitan una mínima inversión generan una gran liquidez. Generalmente son los productos que ya llevan tiempo en el mercado y están más consolidados) conforme a resultados de matriz BCG (Boston Consulting Group). Esto significa</p>
<p>Se llevó a cabo seminario de 16 horas para todo el personal de Unicáncer con el objetivo de mejorar las competencias en ventas y servicio al cliente.</p>		
<p>Unicáncer hizo parte del Breast Cancer Diagnostics Coordination, proyecto liderado por Propacífico. A través del Project Team, se trabajó en el fortalecimiento de la coordinación diagnóstica para el cáncer de mama en Cali y municipios priorizados del Valle del Cauca, bajo el marco del programa City Cancer Challenge (C/Can). Se realizaron diversas actividades</p>		

<p>estructuradas en etapas clave como alistamiento, vinculación, planificación, ejecución y evaluación, cada una de ellas validada y ajustada mediante reuniones periódicas y mecanismos de consenso. Este enfoque permitió integrar a actores estratégicos del sistema de salud, consolidar herramientas tecnológicas como el software "CuidaSoft", y definir un mecanismo de coordinación intersectorial para garantizar la oportunidad diagnóstica en las pacientes.</p>		
---	--	--

2. Servicios enfocados en la mujer, incluyendo dermatología estética como manera de apalancar la razón meritoria de Unicáncer

LO QUE SE LOGRÓ EN EL 2024	LO QUE NO SE LOGRÓ EN EL 2024	LO QUE ESTÁ EN PROCESO O QUEDÓ PARA EL AÑO 2025
<p>Se estableció el concepto de marca de Unicáncer – “somos una promesa de vida” como símbolo de compromiso mutuo entre Unicáncer y las mujeres que se comprometen a priorizar su salud y bienestar.</p>		<p>Desarrollo del concepto de marca teniendo en cuenta la retroalimentación de las encuestas con clientes y la propuesta de la agencia de marketing.</p>
<p>Inició el servicio de dermatología clínica, logrando movilizar pacientes para consultas relacionadas con sospechas de cáncer. La consulta de dermatología creció 293,5% frente al año 2023.</p>		<p>Inicio del servicio de dermatología estética para pacientes particulares que no requieran inversión en aparatología: Botox, ácido hialurónico, peeling, tratamientos de acné.</p>
<p>Se fortaleció la presencia en redes sociales, con enfoque en servicios para las mujeres.</p>		<p>Remodelación de consultorios, dejando uno para atenciones dermatológicas</p>
		<p>Remodelación del servicio farmacéutico incluyendo vitrina de exhibición de productos dermatológicos y de cuidado de la mujer (cuidado capilar y de salud íntima)</p>

3. Fortalecer la venta de medicamentos

LO QUE SE LOGRÓ EN EL 2024	LO QUE NO SE LOGRÓ EN EL 2024	LO QUE ESTÁ EN PROCESO O QUEDÓ PARA EL AÑO 2025
Se creó espacio en página web de Unicáncer para medicamentos, exhibiendo fotos de los productos que venden al público a través de la Droguería.		Pauta de medicamentos a través de Google.
Se disminuyeron los precios para particulares de los medicamentos de mayor rotación.		Remodelación de servicio farmacéutico para hacerlo más visible en las salas de espera.
Inició a la promoción del servicio de Droguería en las salas de espera.		Otras estrategias para incentivar venta de productos en el servicio farmacéutico para particulares: <ul style="list-style-type: none"> • Producto de la semana • Capsulas o tip sobre medicamentos
Publicaciones en los estados de los celulares corporativos de los diferentes productos y precios.		Negociación con laboratorios para incluir productos dermatológicos, incluidos productos magistrales con marca Unicáncer.

2.2. Sistema de Gestión Integrado

1. SOGC – Sistema Obligatorio de Garantía de la Calidad

Durante el año 2024 se dio cumplimiento del Sistema Obligatorio de Garantía de la Calidad, basado en la resolución 3100 de 2019 y en la Circular 012 de 2016. Además, se realizó la autoevaluación de estándares en la página del Registro Especial de Prestadores de Salud (REPS) y los reportes prioritarios, dando cumplimiento trimestralmente al reporte de indicadores de la resolución 256 de 2014, base de SISCAC y de la circular externa 012 de 2016.

Se dio continuidad a la ruta de detección temprana de cáncer de mama a través de la contratación de un ginecólogo experto en mama. Inició la consulta de medicina general con uso de productos bioreguladores y la venta de suplementos dietarios en la Droguería. Se hizo el análisis sobre el servicio de quimioterapia a domicilio y se concluyó que no era viable por los costos que representaban los requisitos de habilitación.

Se realizó la formación de tres auxiliares de enfermería en cuidado integral del paciente adulto con quimioterapia, dando cumplimiento al numeral 11.3.7 estándar de talento humano acápite 1.2 y 1.3. de la resolución 3100 de 2019.

También se hizo la verificación de los planos de la remodelación de las áreas asistenciales, para que cumplieran con los estándares mínimos de habilitación conforme a la normatividad aplicable.

2. PAMEC - Programa de Auditoria para el Mejoramiento de la Calidad en Salud y Programa de Seguridad del Paciente.

Se realizaron rondas de seguridad permanentes, logrando mejorar en 1 punto porcentual el cumplimiento del PAMEC frente al año 2023. Se realizaron capacitaciones al personal, logrando fortalecer la cultura del autocuidado, de reportes de eventos en la atención y en la adecuada creación de usuarios en el sistema de información, enmarcados en el programa de seguridad del paciente. No se presentaron casos de infecciones, lesiones, flebitis o caídas, como resultado de las atenciones realizadas dentro de la IPS. Se logró establecer el protocolo de identificación de riesgos de caída y alergias a medicamentos con el uso del identificador de colores.

3. SGC – Sistema de Gestión de Calidad

Se realizó el ciclo de auditorías internas y en agosto se obtuvo la recertificación de parte del ICONTEC del Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001:2015. Se identificó una No Conformidad menor relacionada con proveedores externos que fue cerrada bajo un plan de acción enviado al ente certificador.

Con el fin de dar cumplimiento a las necesidades del cliente SANOFI, se realizaron las auditorías a aliados en Yopal, Arauca, Cali, Bogotá y Huila con el fin de dar soporte al programa de enfermedades huérfanas. De igual manera se realizó auditoria a Distrioccidente, quien tuvo un hallazgo por la temperatura de almacenamiento de los medicamentos y fue solucionado con la instalación de un aire acondicionado y a PACIFIC a quien se le identificó la ausencia de la matriz legal.

Se recibió auditoría de parte de los clientes Corposida, Asmetsalud y Servicio Occidental de Salud SOS. Sus hallazgos estuvieron relacionados con señalética para el lavado de manos, planos de evacuación, reportes de seguridad del paciente y el secado de los trapeadores.

4. SST – Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo

Se logró asegurar el cumplimiento de los planes de intervención, logrando ejecutar en un 100% tanto el cronograma de capacitación como el plan de trabajo establecido. Se

presentaron dos accidentes de trabajo, sin embargo, disminuyó la frecuencia de accidentalidad 18 puntos porcentuales por debajo de la meta establecida. Se realizó actualización de la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo. Se realizaron inspecciones tanto de instalaciones, extintores, botiquín, elementos de protección personal.

Se generaron 340 días de ausencia por incapacidad, de los cuales 126 días correspondieron a una licencia de maternidad.

Se realizó la medición de riesgo psicosocial, se encuestaron 21 empleados cuyo nivel de riesgo extralaboral se encontró en su mayoría en riesgo bajo o sin riesgo y el nivel de riesgo intralaboral se encontró en su mayoría en riesgo alto y muy alto por lo que deberá volver a aplicar la evaluación del Riesgo Psicosocial en el año 2025. Sin embargo, el riesgo alto bajó de 54,0% en 2023 a 48,0% en 2024 y el riesgo medio de 21,0% a 2023 a 10,0% en 2024. El plan de acción deberá estar enfocado en las demandas emocionales en el trabajo y en reconocimiento y compensación.

En marzo se realizó la elección del COPASST y en noviembre del Comité de Convivencia.

Se realizó la autoevaluación del sistema de seguridad y salud en el trabajo, dando cumplimiento a la resolución 0312 de 2019, logrando una calificación del 100% en cumplimiento de los 21 requisitos mínimos para el 2024.

5. Satisfacción del Usuario y del Cliente

La *satisfacción de los usuarios* se mantuvo en el 98,0%. El 53% de los usuarios encuestados destacaron la dedicación, amabilidad y cordialidad del personal de apoyo diagnóstico, así como, la diligencia y atención del personal de atención frontal. El 89,5% de los usuarios encuestados definitivamente sí recomendaría a Unicáncer con amigos y familiares y el 84,7% calificó como muy buena la calidad de la atención.

Se recibieron 12 quejas, 73,0% menos que en el año 2023, de estas, de las cuales, el 49,8% correspondieron a problemas de accesibilidad (dificultades para establecer comunicación con la institución y no atención en el servicio programado). Sin embargo, se implementó un Chat Bot y un IVR (sistema de respuesta interactiva) para facilitar el acceso y tomar decisiones respecto a la capacidad de equipo humano asignado al conmutador.

Se encuestaron 16 clientes institucionales, quienes representan el 31,0% del total de clientes, pero el 70,5% de la facturación del año 2024. La satisfacción global fue del 100,0%. Las

variables con menor calificación tuvieron relación con el agendamiento a través de ChatBot y la oportunidad en la atención a los usuarios. Los clientes ven en Unicáncer un aliado estratégico, reconocen presta excelentes servicios y está orientada a trabajar con la comunidad.

El 94,0% de los encuestados recomendaría los servicios de Unicáncer a otras aseguradoras, el 94,0% de los encuestados considera que la comunicación es efectiva. El 69,0% estaría interesado en contratar con Unicáncer los servicios en ruta diagnóstica gástrica, colon y recto, la consulta de dermatología y los bloqueos guiados por ecografía, TAC y fluoroscopio. El 75,0% de los encuestados le interesaría contratar servicios de biopsia por estereotaxia y biopsia la vacío.

A los Clientes les gustaría que Unicáncer ofreciera servicios de: Todo lo oncológico incluida la consulta de oncología y hematología, cirugía de cabeza y cuello, resonancia magnética, puntos de atención en municipios diferentes a Cali.

6. Sistema de Gestión Ambiental

Unicáncer dio manejo adecuado de residuos, cumplió con el Respel y se realizó el estudio de vertimientos líquidos.

TIPO DE RESIDUO	2024	2023	VARIACION	% part 2024	% part 2023
No Aprovechables	679,0	550,5	23,3%	18,3%	16,7%
Aprovechables	1.138,1	1.111,3	2,4%	30,7%	33,6%
Biodegradables	187,5	164,0	14,3%	5,1%	5,0%
Biosanitarios	1.368,7	1.111,4	23,2%	36,9%	33,6%
Cortopunzantes	59,3	66,0	-10,1%	1,6%	2,0%
Fármacos	14,5	13,1	10,7%	0,4%	0,4%
Citotóxicos	141,1	202,4	-30,3%	3,8%	6,1%
Anatomopatológicos	11,0	-		0,3%	0,0%
Lámparas	3,5	2,0	75,0%	0,1%	0,1%
Pilas	-	55,0	-100,0%	0,0%	1,7%
Residuos electrónicos	103,0	28,0	267,9%	2,8%	0,8%
TOTAL	3.705,7	3.303,7	12,2%	100,0%	100,0%

Se produjeron en total de 3.705,7 kilos de residuos, 12,2% más que en el año 2023. Los más representativos fueron los biosanitarios (36,9%), los aprovechables (30,7%), y los no aprovechables (18,3%). Crecieron 23,3% los residuos no aprovechables, 23,2% los biosanitarios, 75,0% las lámparas y 267,9% los residuos electrónicos. Decrecieron 30,3% los citotóxicos y 10,1% los cortopunzantes.

La gestión de residuos ha reducido el impacto ambiental, fortalecido el reciclaje y protegido la salud pública. Con estrategias de clasificación, hemos promovido la economía circular y disminuido la contaminación. En 2025, trabajaremos en reducir residuos no aprovechables, y en fortalecer la educación ambiental.

Se dio cumplimiento al RESPEL, informe que se realiza ante el IDEAM, al reporte de residuos semestral ante la autoridad ambiental local-Dagma y a la Secretaría de Salud Municipal. En cumplimiento a la Resolución 631 de 2015 se realizó el estudio de vertimientos líquidos con la Empresa Autorizada Water Technology ENG SAS acreditada por el IDEAM, el cual arrojó un resultado favorable y se entregó a Emcali.

Unicáncer continuó con el proceso abierto por incumplimiento de vertimientos del año 2016 y cuyo plan de mejoramiento se presentó en el 2017. En el año 2023 se dio respuesta al Dagma del Auto de descargos, pero al cierre del año 2024 no se había recibido respuesta. Dando cumplimiento a la Resolución 4145 de 2014 se realizó con la empresa AQUA SAS, el lavado de los tanques que sirven como unidad de apoyo para la institución.

2.3. Gestión Comercial

Para el año 2024 se fortalecieron los canales de comunicación para el acceso a los servicios por parte de los clientes particulares, tarjetas de descuento y medicina prepagada. Con el cliente Sanofi se incorporaron a la red de prestadores 4 Instituciones Prestadoras de Servicios de salud o IPS Aliadas en Barranquilla, Yopal y Pasto. Se concretaron como clientes el FOMAG (Fondo Nacional de Prestaciones Sociales del Magisterio), 4 tarjetas de descuento, 1 IPS, 2 empresas de la región y 1 cooperativa financiera.

Las ventas totales aumentaron un 25,6% con relación al año 2023, pasando de \$5.692,8 millones a \$7.148,8 millones. La venta de servicios creció en un 34,4% pasando de \$2.708,1 en el 2023 a \$3.639,4 en el 2024. La venta de medicamentos aumentó en un 17,6% pasando de \$2.984,7 en el 2023 a \$3.509,4 en el 2024. La venta de servicios representó el 50,9% de los ingresos y los medicamentos, el 49,1%.

Mes 2024	Total	Medicamentos	Servicios
Ene	457.995	234.440	223.555
Feb	484.179	236.439	247.740
Mar	532.107	285.060	247.047
Abr	652.557	312.430	340.127
May	602.664	281.268	321.394
Jun	652.811	337.186	315.625
Jul	639.799	311.441	328.357
Ago	633.544	286.129	347.414
Sep	605.884	274.871	331.013
Oct	609.828	292.810	317.018
Nov	636.816	284.586	352.232
Dic	640.651	372.616	268.035
Total 2024	7.148.834	3.509.276	3.639.558
% part ingresos		49,1%	50,9%

El mes de mayor facturación fue junio, el de mayor facturación en servicios fue noviembre y el de mayor facturación en medicamentos fue diciembre.

Ganaron participación frente el año 2023 la EPS SOS, los particulares y Sanofi. Todos los clientes crecieron, excepto Asmetsalud y Cosmitet. En el caso de Asmetsalud, la decisión de no crecimiento se dio porque Unicáncer limitó los servicios para evitar el crecimiento de la cartera.

ENTIDAD	MEDICAMENTOS			SERVICIOS			TOTAL 2024	TOTAL 2023	VAR	% 2024	2023%
	2024	2023	VAR	2024	2023	VAR					
UNIVERSIDAD DEL VALLE	2.380.313	1.966.601	21,0%	245.333	233.615	5,0%	2.625.647	2.200.216	19,3%	36,7%	38,6%
SERVICIO OCCIDENTAL DE SALUD SA	40.606	0	0,0%	1.443.962	856.529	68,6%	1.484.568	856.529	73,3%	20,8%	15,0%
PARTICULAR	668.809	344.359	94,2%	502.211	415.033	21,0%	1.171.020	759.392	54,2%	16,4%	13,3%
OTROS CLIENTES CREDITO	360.474	562.102	-35,9%	365.029	137.134	166,2%	725.503	699.236	3,8%	10,1%	12,3%
ASMET SALUD EPS SAS	2.718	16.111	-83,1%	597.020	743.691	-19,7%	599.737	759.802	-21,1%	8,4%	13,3%
SANOFI AVENTIS DE COLOMBIA SA	35.299	75.704	-53,4%	292.200	90.930	221,3%	327.499	166.634	96,5%	4,6%	2,9%
VIVA 1A IPS S A	0	0	0,0%	105.980	126.915	-16,5%	105.980	126.915	-16,5%	1,5%	2,2%
COSMITET LTDA CORPORACION DE SERVICIOS MEDICOS INT	0	1.637	-100,0%	79.951	97.888	-18,3%	79.951	99.524	-19,7%	1,1%	1,7%
MEDICINA PREPAGADA	21.057	18.164	15,9%	7.872	6.396	23,1%	28.929	24.560	17,8%	0,4%	0,4%
TOTAL	3.509.276	2.984.677	17,6%	3.639.558	2.708.130	34,4%	7.148.834	5.692.807	25,6%	100,0%	100,0%
% PARTICIPACIÓN	49,1%	52,4%		50,9%	47,6%						

Los servicios que más ingresos representaron fueron la consulta de Cuidados Paliativos, las biopsias de mama con aguja Trucut, la mamografía, la colposcopia biopsia y monoterapia antineoplásica de baja toxicidad. Los medicamentos que más ingreso generaron fueron Apalutamida 60 mg, Olaparib 150 mg, Lenalidomida 10 mg, Acetato de Abiraterona 500 mg y Palbociclib 125mg.

Con relación a la estrategia de marketing digital orientada en aumentar la venta de servicios a clientes particulares, tarjetas de descuento y medicinas propagadas, en el mes de noviembre se cambió al proveedor con el que se venía trabajando y se contrataron los servicios profesionales de Enfoque. Con este cambio de proveedor se ha evidenciado durante este corto tiempo:

- Incremento de 276 seguidores en Instagram
- Aumento en la interacción del 207,0% del público para las historias publicadas
- Estrategia de publicar menos contenido en post y más historias logrando mayor interés del público en los servicios ofertados por la Unicáncer.

Además, se desarrolló un concepto de marca orientado al bienestar de las mujeres, una línea gráfica para generar identidad corporativa, se desarrollaron pendones, cuadernos y un stand para fortalecer la marca a nivel interno y la presencia en campañas externas.

3. PROCESOS MISIONALES

3.1. Sensibilización e Impacto en la Comunidad

Las actividades estuvieron enmarcadas en sensibilizar frente a los factores de riesgo de cáncer y a generar cultura de autocuidado. La población que se impactó fue la empresarial y la perteneciente a algunos barrios de Cali que tienen limitaciones para el acceso a la salud y programas de prevención.

Se logró identificar que en general la gente desconoce factores de riesgo y signos de alarma del cáncer y el acceso a los servicios de salud a los que tienen derecho para una detección oportuna de cáncer. Existen barreras administrativas para la prestación de los servicios y es constante la manifestación de la no asistencia a los centros de salud e IPS asignadas por el costo del transporte inclusive dentro de la misma ciudad.

Se sensibilizaron 2.828 personas y se tamizaron 1.115. La campaña que más generó interés en la comunidad fue la de mama.

Se vincularon distintas instituciones como Defensoría del pueblo, STF Group, Colegio Inem, Colegio Cañaverales, Colegio Philadelphia, Universidad del Valle, Universidad Javeriana Cali, Centro Comercial Unico, Manitoba, Campofert, Finesa, HealthyAmerica, entre otros.



Servicio	Total personas
Charlas generales sobre detección temprana de cáncer	57
Charlas sensibilización cáncer cuello uterino	591
Charlas sensibilización cáncer próstata	246
Charlas sensibilización cáncer piel	659
Charlas sensibilización cáncer mama	881
Charlas sensibilización Tabaquismo	302
Charlas sensibilización Cáncer Gastrointestinal	92
Impacto Toal Sensibilización	2.828
Citologías y VPH	240
PSA/Tacto rectal	63
Revisión de lunares	340
Biopsias de piel	25
Exámenes clínicos de mama, mamografías, ecografías de mama	443
Biopsias de mama	4
impacto total tamizajes	1.115

Para el año 2024 se recibieron \$4.980.000 por concepto de donación de bonos de condolencias.

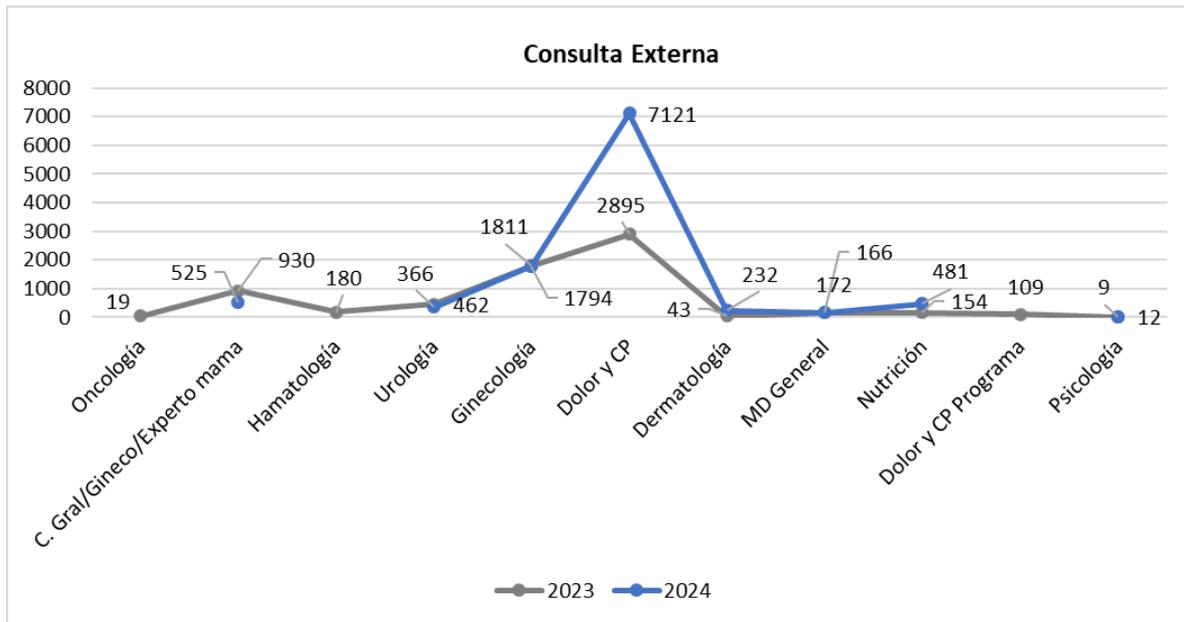
Como parte del programa de bienestar a pacientes, se realizaron talleres en temas de autoestima, aceptación de la enfermedad acompañamiento a la familia y paciente. Estas actividades se realizaron con pacientes que fueron diagnosticados en Unicáncer.

Se entregó 1 peluca y 5 prótesis mamarias.

Con la subvención de la Liga Colombiana Contra el Cáncer por valor de \$29.996.670, se llevó a cabo el “Programa para la identificación de cáncer y afecciones de la piel a la comunidad del municipio de Cali”, para contribuir en la disminución de la incidencia y mortalidad del cáncer de piel a través de la educación, la promoción de medidas preventivas y la detección temprana. Se desarrolló con adultos mayores de municipio de Jamundí y población de los corregimientos de la Buitrera Saladito y Cali. Se realizó la formación a 40 líderes comunitarios, se realizaron 110 valoraciones por especialista en dermatología y se hicieron 20 biopsias de las cuales 8 resultaron positivas. De las biopsias realizadas, Unicáncer asumió 4 con recursos del fondo social.



3.2. Consulta Externa



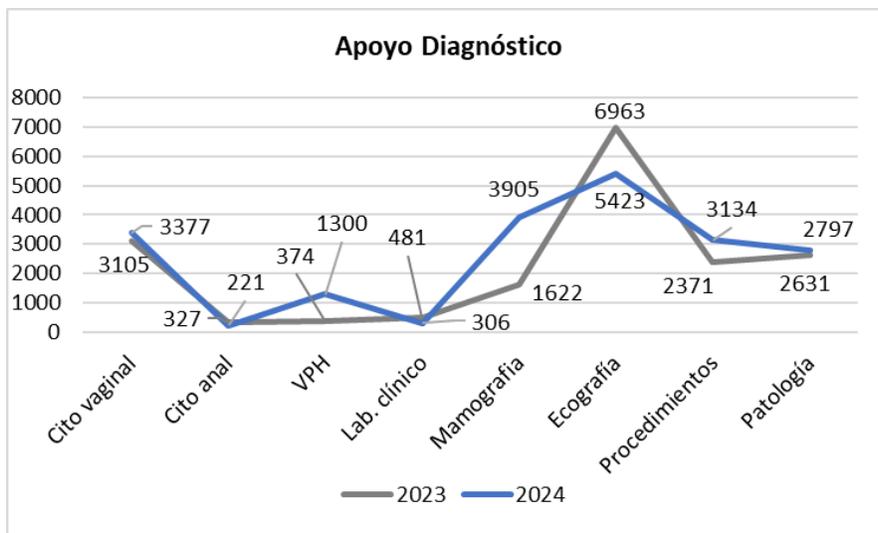
En el año 2024, se hicieron 10.700 consultas, lo cual significó un crecimiento de 57,8 % frente al año 2023 (6.781). Crecieron de manera significativa las consultas de dolor y cuidados paliativos 146,0%, dermatología 439,5% y nutrición 212,3%. Sin embargo, el Pareto de consultas estuvo representado por las de dolor y cuidados paliativos (66,6%) y ginecología (16,8%). No se hicieron consultas de hematología y oncología y se cambió la consulta de cirugía general por la de ginecólogo experto en mama para dar continuidad a la ruta de diagnóstico de cáncer de mama.

Aunque la consulta de ginecología creció, se limitaron las consultas de ruta de cérvix al cliente Asmetsalud como medida para controlar la cartera. Se inició la consulta de medicina general con uso de productos bioreguladores y se fortaleció la ruta de diagnóstico de cáncer de piel con los clientes EPS SOS, Fomag y Univalle. El crecimiento en las consultas de nutrición y dolor y cuidados paliativos se dio por la EPS SOS y posteriormente por Hematooncólogos quien se convirtió en el prestador oncológico para esta EPS e incluyó estas dos consultas como parte de la atención integral del paciente con diagnóstico de cáncer.

La unidad representó el 8,6% de los ingresos y creció en facturación el 57,2% frente al año 2023.

3.3. Apoyo Diagnóstico

Se mantuvieron las rutas de diagnóstico de cáncer con las EPS SOS, Asmetsalud y Univalle. a partir de junio de 2024 se disminuyó la capacidad instalada para el cliente Asmetsalud en los servicios de ruta de diagnóstico de cáncer de cérvix (riesgo de cartera), lo que impactó directamente en la disminución del volumen de ecografías, consultas de ginecología y procedimientos ginecológicos. Esta unidad representó el 35,5% de los ingresos.



Se realizaron 3.377 lecturas de *citologías vaginales*, 8,8% más que en el año 2023 y se tomaron 2.209 *citologías*. 3,3% de las citologías resultaron positivas. Los principales usuarios fueron los particulares (38,6%), el Hospital José Rufino de Dagua (33,8%), la EPS SOS 8,4% y Univalle 5,9%. Como parte del trabajo con comunidad, a través de la Liga Colombiana contra el Cáncer LCCC se hicieron 207 citologías (6,1%).

Se hicieron 221 *citologías anales*, 99,1% de las cuales se tomaron a pacientes de Corposida. El 10,4% del total fueron positivas. El volumen disminuyó 32,5% frente al año anterior debido a que Corposida perdió volumen de pacientes con la intervención de la EPS Emssanar.

En general, la facturación del servicio de *citología* creció 74,0% y representó el 6,6% de los ingresos de la unidad.

Se tomaron 1.300 pruebas de ADN de VPH (*Virus del Papiloma Humano*), 247,6% por encima del año 2023 (374). Este crecimiento se dio por la demanda inducida a pacientes de SOS, quienes representaron el 64,3% del volumen total. Los usuarios más representativos fueron los de Univalle 15,9%, los particulares 11,3% y los de Asmetsalud 7,2%. Se hicieron 175

citologías líquidas (13,5% del total de VPH realizados), de las cuales 79 (45,1%), resultaron positivas. El 60,2% de los VPH se tomaron entre agosto y noviembre. El servicio de VPH y laboratorio creció en facturación 150,6% y representó el 7,2% de los ingresos de la unidad de diagnóstico.

Mamografía creció 141,8% (3.920) frente al año 2023 (1.621). Se hicieron además 80 biopsias por estereotaxia. Los principales usuarios fueron los afiliados a la EPS SOS (39,5%), Asmetsalud (23,6%), Univalle (15,1%) y particulares (9,6%). Se hicieron 271 mamografías a través de bonos de la Liga Colombiana Contra el Cáncer. El 4,8% de las mamografías fueron Birads 4,5 y 6. Por otro lado, Unicáncer participó en el estudio de calidad de Instituto Nacional de Cancerología (INC), resultando todas las variables satisfactorias. La facturación de este servicio creció 131,2% y significó el 11,2% de los ingresos de la unidad.

El servicio de *ecografía* disminuyó 22,1% frente al año 2023 (6.963). Se realizaron 5.423 estudios, de los cuales el 50,4% fueron de Asmetsalud, 16,8% de particulares, 15,8% de Univalle, 10,7% de SOS, 3,4% de Previser, 2,9% de otros clientes. El 2,8% de los casos tuvieron sospecha de malignidad. La disminución del volumen se dio debido a la disminución de la capacidad instalada ofrecida a Asmetsalud para mitigar el riesgo de cartera. En general, las ecografías más frecuentes fueron mama, transvaginal, abdominal y de hígado. Su facturación disminuyó 15,7% y representó el 13,5% de los ingresos de la unidad diagnóstica.

Se realizaron 3.133 procedimientos, 46,8% guiados por ecografía, 36,8% ginecológicos, 7,1% otros procedimientos y 9,3% fueron procedimientos no realizados por pertinencia. El 52,8% se hicieron para la EPS SOS, 20,0% para Asmetsalud, 6,7% para Viva 1ª, 10,2% particulares, 4,9% Hemato Oncólogos y 5,4% otros clientes. La facturación aumentó 17,9% y significó el 55,4% de los ingresos de la unidad.

El servicio de *Patología* creció 6,3% frente al año anterior. Se leyeron 2.797 muestras, de las cuales resultaron 43,7% positivas y de estas 38,2% resultaron ser cáncer (467). El 26,3% de las biopsias fueron colposcopias, 21,5% de mama, 21,3% de piel, 14,3% de tiroides y 16,6% otras patologías. La SOS representó el 50,9% de los servicios, Asmetsalud el 17,7%, Cosmitet el 11,7%, particulares 7,7% y otros el 12,0%. Los casos positivos más frecuentes fueron mama, piel, próstata y ganglio. Del total de patologías, se procesaron el 2,5% de inmunohistoquímicas. Patología creció 24,1% en facturación frente al año 2023 y equivalió al 6,2% de los ingresos de la unidad.

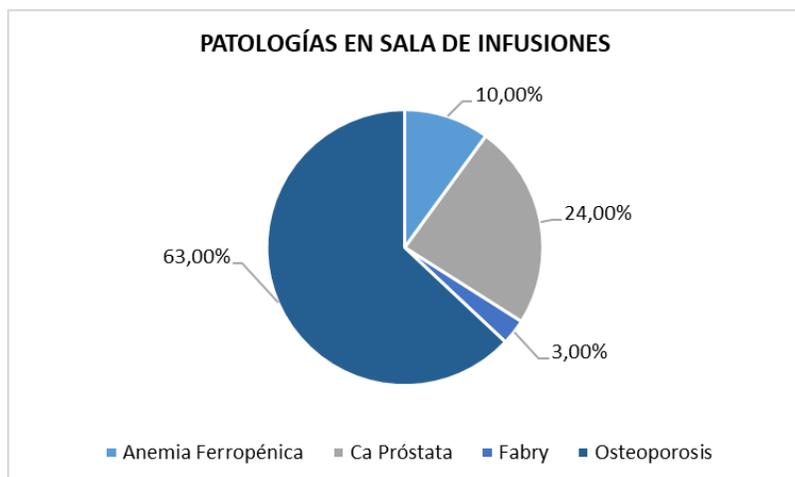
Se hicieron 30 *densitometrías* a través de la alianza con Cayre y Rayos X de occidente. A través de la Alianza con Cenvalle, se realizaron 40 *uroflujometrias*, 5 *colonoscopias* y 5

endoscopias. Se tomaron 342 tomas de muestras de laboratorio clínico.

3.4. Apoyo Terapéutico

Se recibieron 487 pacientes en sala de inmunoterapia, lo que equivalió a 598 atenciones. Comparado con el año anterior se tuvo un crecimiento de 68,7%. El 64,4 % de los pacientes pertenecieron a Univalle, 12,1% a Asmetsalud, el 11,9% a Sanofi, 11,2% a particulares y 0,2% a Medicips. El último trimestre del 2024 fue el de mayor afluencia de pacientes.

Los medicamentos más usados fueron Denosumab, Aclasta, Acido zoledronico, Carboximaltosa, Eligard y Hierro Parenteral, en consecuencia, las patologías más frecuentes se muestran en el grafico a continuación:



A través de los distintos aliados, se hicieron 774 aplicaciones de medicamentos de enfermedades huérfanas para el laboratorio Sanofi y se realizaron 235 dispensaciones de medicamentos orales. Se contó con una red de 16 aliados intramurales y 5 domiciliarios en las ciudades de Bogotá, Ibagué, Medellín, Tunja, Montería, Cúcuta, Sincelejo, Valledupar, Popayán, Barranquilla, Manizales, Santa Marta, Pasto y Neiva.

3.5. Mercadeo

En el año 2024 se recibió visita de inspección al servicio farmacéutico de parte del INVIMA, no se presentaron no conformidades ni observaciones. Se cumplió con los programas de farmacovigilancia, tecnovigilancia y reactivovigilancia y se enviaron los informes mensuales al Fondo Rotatorio de Estupefacientes para los medicamentos de control especial derivados de los opiáceos.

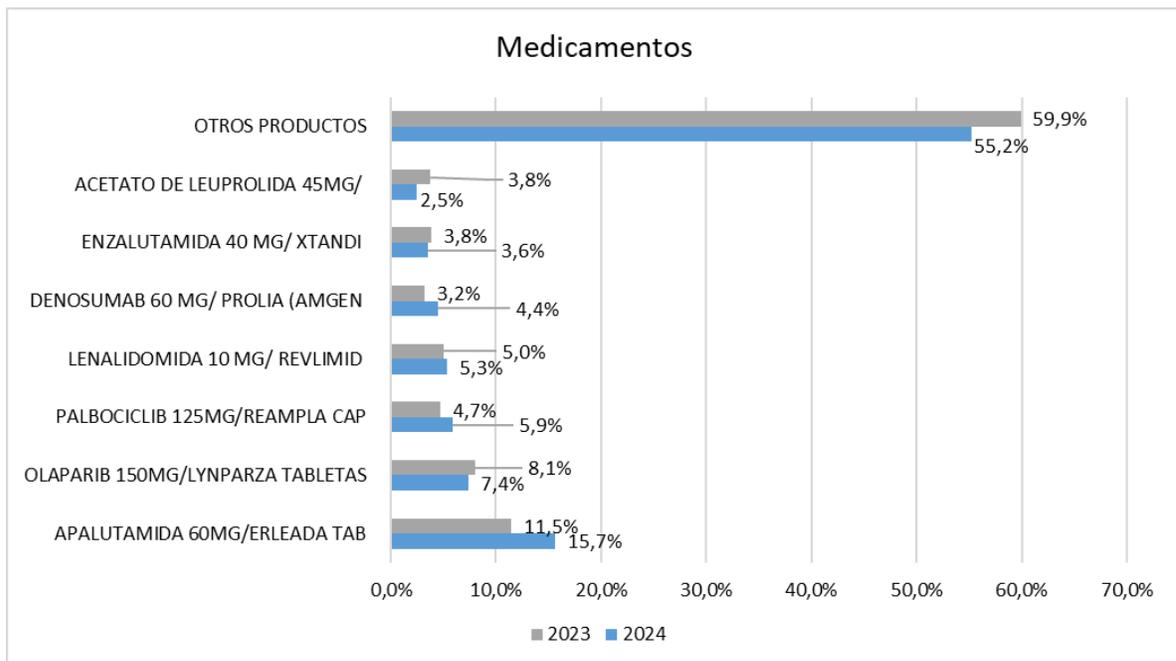
Se continuó con la dispensación de algunas moléculas de carga seca para enfermedades huérfanas del laboratorio Sanofi, se hicieron 235 entregas en los domicilios de los pacientes a nivel nacional. Se continuó con la dispensación de medicamentos de alto costo para

pacientes de Univalle y con la venta de algunas moléculas orales a la Clínica Imbanaco. Se inició la dispensación de medicamentos controlados para pacientes de Univalle y la dispensación de moléculas de alto costo para pacientes de la EPS SOS.

Para aumentar la venta de medicamentos a particulares se inició con la estrategia en redes sociales y con la publicación de información de distintos medicamentos en redes sociales, televisores y salas de espera. Además, se aumentó la demanda de entregas a domicilio.

La venta de medicamentos en general aumentó 17,6%, de los cuales el 19,1% fueron de ventas a particulares, 67,8% a Univalle, 10,3% a otras instituciones con crédito y 2,8% a otros clientes.

Los medicamentos de mayor facturación se muestran a continuación:



4. PROCESOS DE SOPORTE

4.1. Gestión Humana

Durante el año 2024, el proceso de gestión humana fue tercerizado a través de la Empresa OCUSERVIS SAS. Hubo en promedio 29 empleados a lo largo del año, de los cuales 71,4% fueron mujeres y 28,6% hombres. Se contó con aprendices SENA cada uno por el término de 6 meses y 6 estudiante por convenio docencia servicio. Hubo 2 contratistas de aseo y 1 de seguridad, 3 prestadores de servicio y 25 médicos de los cuales el 6 eran radiólogos.

Se consolidaron 3 convenios de docencia servicio con la Cruz Roja Valle, María Auxiliadora e INFA (Instituto de Capacitación Nuestra Señora de Fátima), que le permitió a Unicáncer tener estudiantes en las áreas de servicio al cliente, farmacia y en los procesos asistenciales.

Se hicieron los pagos de nómina, seguridad social y prestaciones sociales. Se redujo la jornada laboral a 46 horas a la semana a partir del 16 de julio manteniendo el mismo horario de atención al público.

La rotación promedio se ubicó en el 7,7%. Los motivos de retiro estuvieron asociados a mejores oportunidades laborales, mejores salarios, proyectos personales y en algunos casos, la no adherencia a las normas institucionales.

Se generaron 340 días de ausencia por incapacidad, de los cuales 126 días correspondieron a una licencia de maternidad y en total se concedieron 49 días por concepto de permisos y beneficios de tiempo (día de la familia, beneficio cumpleaños hijos, citas médicas, permisos personales).

Se hicieron 19 procesos de selección para distintos cargos y se vincularon 5 médicos para distintas especialidades. El tiempo promedio de selección fue de 32 días.

Se realizaron las evaluaciones de desempeño del año 2024 a 21 empleados, obteniendo una calificación de 81,3%, ubicándose en un nivel de competencias alto. Se destacan en general las competencias relacionadas con la calidad del trabajo en cada uno de sus descriptores. Se deben fortalecer las competencias de trabajo en equipo y comunicación asertiva.

Se ejecutó el plan de formación anual del 2024 con un cumplimiento al 66,3% donde se trataron temas diversos enfocados en bienestar, seguridad del paciente, seguridad y salud en el trabajo, competencias de servicio al cliente y ventas. Este último tema se hizo como complemento al plan de marketing.

4.2. Gestión Administrativa

1. *Compras:* Se tuvieron 123 proveedores recurrentes, de los cuales el 25,2% (31) fueron médicos o personal de salud por prestación de servicios. El 74,8% restante fueron proveedores de servicios, mantenimientos, compras de equipos y varios. De este porcentaje, el 98,4% obtuvo una calificación superior al 80,0%.

Las compras de servicios realizadas correspondieron a acciones correctivas de equipos, acciones de mejora y a la ejecución de los excedentes autorizados para las mejoras de equipos e infraestructura. Los equipos adquiridos fueron aires acondicionados para el tercer piso, consultorios 2 y 3, procedimientos del primer piso y salas de espera del segundo y tercer piso. Dentro de las compras de servicios, se logró realizar siete nuevas Alianzas para la prestación de los servicios a Sanofi y uno para la prestación de los servicios de densitometría ósea. También se incluyó un nuevo proveedor para el área de Gestión Humana y para Marketing digital.

Al cierre del año 2024 se contaba con 49 proveedores de medicamentos, 95,6% de ellos obtuvieron calificación por encima del 80,0%. Se gestionó el alquiler de gases medicinales con el proveedor OXIMED. El proveedor más representativo fue Distrioccidente quien representó el 62,5% de las compras realizadas.

2. *Servicios Generales e infraestructura:* Para el año 2024 se aprobaron recursos para realizar la mejora de las áreas asistenciales, la remodelación de las salas de espera de los tres pisos, consultorios y áreas comunes. Se seleccionó a la empresa Granate Soluciones en Infraestructura SAS, la obra inició en noviembre de 2024 y se firmó contrato por valor de \$460.283.274. Al cierre del año 2024 se habían ejecutado \$112.866.000 de la obra.



Se programaron 262 actividades de mantenimiento y calibración con un cumplimiento del 98,0% del cronograma. En el año 2024 se presentaron 471 solicitudes internas de infraestructura y soporte tecnológico de las cuales se respondieron oportunamente el 96,0%.

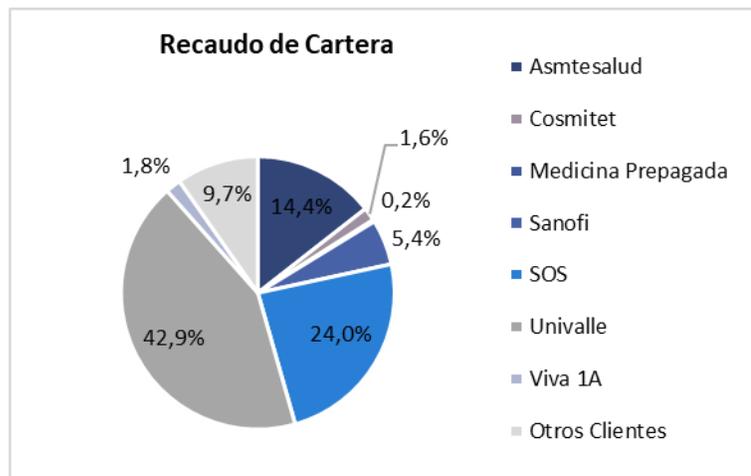
Se logró una disminución total del 5,6 % con respecto al año 2023 del servicio de telecomunicaciones (telefonía e Internet) representado en el ajuste en el precio de

los planes de tarifas de celular y la virtualización de la línea telefónica 5566093 de Emcali con el fin de canalizar todas las llamadas a través de un mismo punto de contacto.

3. **Tecnología de la información:** Se lograron mejorar los equipos de cómputo (cambios de discos a sólidos, memorias, baterías), potencializar el servidor físico, organizar el rack de comunicaciones, ampliar el wifi para permitir a los usuarios conectarse. Se adecuó una impresora para el servicio de mamografía para la entrega a los usuarios el código QR para la revisión de sus resultados. Se adquirieron 3 computadores portátiles, 8 licencias de Windows, 13 diademas para mejorar la ergonomía del personal de servicio al cliente. Así mismo se actualizó el antivirus a versión 11.1.

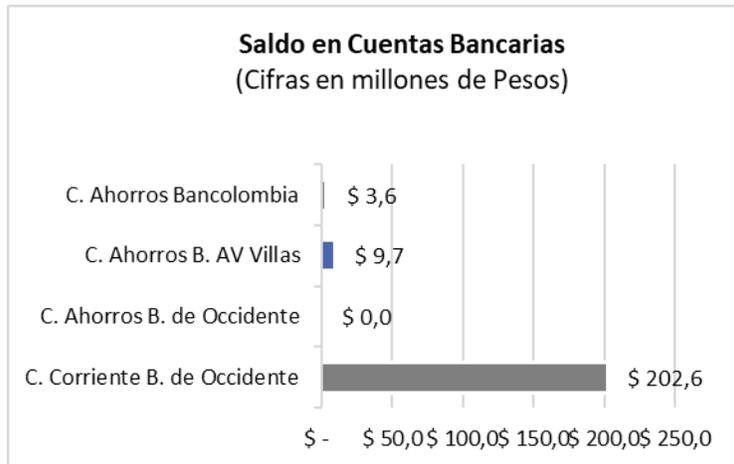
4.3. Gestión Financiera

1. **Tesorería:** Durante el año 2024, se efectuó un recaudo total de \$7.560,8 millones, de los cuales \$5.773,0 millones correspondieron al recaudo de cartera, \$1.242,7 millones a ventas de contado, \$523,4 millones a rendimientos financieros y \$21,1 millones a otros recaudos.

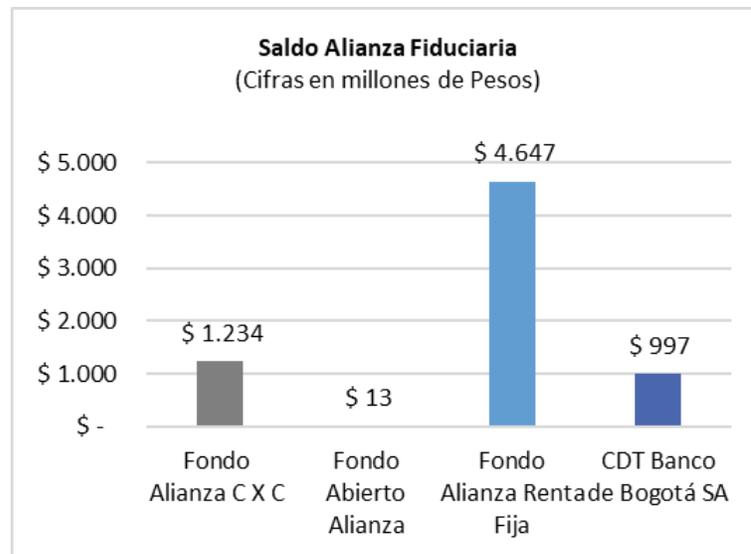


El recaudo de cartera se concentró principalmente en el cliente Universidad del Valle, representando un 42,9%, seguido de la EPS SOS con un 24,0% y AsmetSalud con un 14,4%.

Se efectuaron pagos por conceptos operacionales que ascendieron a \$7.150,4 millones. El saldo de las cuentas bancarias al 31 de diciembre de 2024 fue de \$215,9 millones. En el mes de octubre se procedió a la apertura de una cuenta de ahorros en el Banco Bancolombia, con el objetivo de ofrecer mejores alternativas de pago a los usuarios.



El saldo de los recursos consignados y administrados por Alianza Fiduciaria ascendió a \$6.891,3 millones, lo que representa un aumento del 5,7% en comparación con el año 2023. Se generaron rendimientos financieros por un valor de \$544,1 millones.



El saldo de cartera a 31 de diciembre de 2024 fue de \$3.850,6 millones, lo que representó un crecimiento del 1,3% en comparación con el saldo de 2023, que fue de \$3.800,6 millones. La Secretaría Distrital de Salud de Cali llevó a cabo cuatro mesas de conciliación de cartera, en las cuales Unicáncer participó suscribiendo acuerdos para la conciliación y depuración de cartera con las EPS Asmet Salud y SOS. La Supersalud organizó una pre-jornada de conciliación extrajudicial en derecho para el Departamento del Valle del Cauca, en la cual Unicáncer presentó información con el objetivo de lograr acuerdos de pago con las EPS Asmet Salud, SOS y la Universidad del Valle. Sin embargo, en estas mesas no se lograron acuerdos.

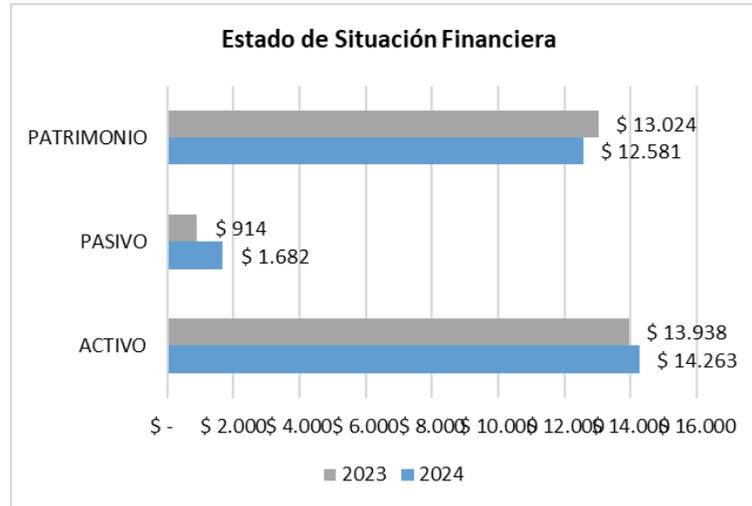
2. **Contabilidad:** Se presentaron oportunamente todos los informes, reportes y requerimientos de las entidades de control; de igual manera se realizaron los pagos de nómina y aportes a la seguridad social.
3. **Facturación y radicación:** Unicáncer facturó \$7.148,8 millones en el año 2024, lo que representó un crecimiento del 25.6% en comparación con el año 2023.

La radicación se realizó dentro de los plazos establecidos por las diferentes entidades, por un valor de \$5.454,0 millones, lo que representó el 76,3% de la facturación total, mejorando en un 26,4% en comparación con el año 2023.

Se recibieron glosas por un valor de \$58,0 millones, lo que corresponde al 0,8% de la facturación y al 1,1% de la radicación. Del valor glosado, después de realizar las respectivas conciliaciones con cada cliente, se aceptaron \$4,0 millones con Asmet Salud. Las devoluciones representaron el 0,8% de la facturación total (\$60,4 millones) y el 1,1% de la radicación; las devoluciones aceptadas representaron el 0,002% de la facturación total y de la radicación.

5. ANÁLISIS FINANCIERO

5.1. Estado de Situación Financiera



El **Activo Total** creció 2,3% comparado con el año 2023. Su variación estuvo dada por el crecimiento en 6,1% de crecimiento del efectivo y equivalente al efectivo y 50,0% en inventarios.

El *Efectivo y Equivalentes al Efectivo* creció 6,1%, por el crecimiento en 32,9% de los derechos fiduciarios.

Efectivo y equivalentes al efectivo	2024	2023	Variación	%
Alianza - Certificados de Depósito (*)	1.038.050.000	2.076.531.890	-1.038.481.890	-50,0%
Valorización o Deterioro CDT	-40.810.000	7.823.110	-48.633.110	-621,7%
Saldo Títulos valores - CDT	997.240.000	2.084.355.000	-1.087.115.000	-52,2%
Fondo Alianza CxC N° 9583-7	1.233.662.458	1.137.745.129	95.917.329	8,4%
Fondo Alianza Renta Fija 90 N° 1502-6	4.647.074.150	3.284.578.256	1.362.495.894	41,5%
Fondo Abierto Alianza N° 0332-7	13.313.729	12.315.668	998.061	8,1%
Saldo Fondos de Inversión	5.894.050.338	4.434.639.053	1.459.411.285	32,9%
Total efectivo y equivalentes al efectivo	6.891.290.338	6.518.994.053	372.296.285	5,7%

Deudores disminuyeron 4,2% La cartera total creció 1,3% frente al cierre del año 2023, Anticipos, avances y depósitos crecieron 100,0% (Principalmente anticipo a Granate Soluciones Integrales SAS por \$230,0 millones, se legalizaron \$112,9 millones, saldo \$117,1 millones), ingresos por cobrar crecieron 172,7% por la provisión de servicios prestados y no facturados (Sanofi y los servicios que dependen de resultados, patologías y VPH) y deudores varios crecieron 91,5% por saldos de incapacidades, préstamos de medicamentos y ajustes contables a la cuenta del Banco de Occidente. El deterioro de cartera creció 80,6% porque se

definió deteriorar el 33.15% adicional de la cartera No PBS de la EPS SOS ya que esta superó los 720 días de vencimiento (\$361.079.626).

La cartera total sumó \$3.850,6 millones. De los cuales el 81,4% correspondió a cartera radicada, el 9,6% a cartera de difícil cobro y el 9,0% a cartera pendiente por radicar.

La EPS SOS representó el 43,6% de la cartera, Univalle el 24,6%, Asmetsalud el 6,0% y otros clientes el 7,3% principalmente. El 32,5% correspondió a cartera No PBS (SOS y Coomeva) y el 67,5% a cartera PBS.

CARTERA RADICADA	NO POS	POS	TOTAL	% TOTAL	% NO POS	% POS
SERVICIO OCCIDENTAL DE SALUD	1.089.075.054	588.118.310	1.677.193.364	43,6%	64,9%	35,1%
UNIVERSIDAD DEL VALLE	0	946.428.343	946.428.343	24,6%	0,0%	100,0%
ASMET SALUD	0	232.375.168	232.375.168	6,0%	0,0%	100,0%
OTROS	0	280.246.652	280.246.652	7,3%	0,0%	100,0%
TOTAL CARTERA RADICADA	1.089.075.054	2.047.168.473	3.136.243.527	81,4%	34,7%	65,3%
%	34,7%	65,3%	81,4%			
CARTERA DE DIFÍCIL COBRO	NO POS	POS	TOTAL	% TOTAL	% NO POS	% POS
COOMEVA ENTIDAD PROMOTORA	163.492.340	125.280.626	288.772.966	7,5%	56,6%	43,4%
MEDICIPS	0	79.324.237	79.324.237	2,1%	0,0%	100,0%
TOTAL CARTERA DIFÍCIL COBRO	163.492.340	204.604.863	368.097.203	9,6%	44,4%	55,6%
%	44,4%	55,6%	9,6%			
CARTERA PENDIENTE DE RADICAR	NO POS	POS	TOTAL	% TOTAL	% NO POS	% POS
PENDIENTE POR RADICAR	0	346.301.130	346.301.130	9,0%	0,0%	100,0%
TOTAL CARTERA PENDIENTE POR RADICAR	0	346.301.130	346.301.130	9,0%	0,0%	100,0%
%	0,0%	100,0%	9,0%			
TOTAL CARTERA	1.252.567.394	2.598.074.466	3.850.641.860		32,5%	67,5%
% TOTAL	32,5%	67,5%	100,0%			

De la EPS SOS el 65,5% de la cartera estaba vencida a más de 361 días y el 30,0% de la cartera era corriente. La EPS Asmetsalud cerró el 2024 con la cartera vencida entre 181 y 360 días en 50,6%, 13,3% de la cartera corriente, 17,6% entre 1 y 30 días y 6,6% entre 31 y 60 días. De Univalle el 46,0% de la cartera era corriente, el 21,7% estaba vencida a entre 1 y 30 días y 26,2% estaba vencida entre 31 y 60 días.

TOTAL CARTERA	DICIEMBRE			% PART
	DÍAS	PBS	NO PBS	
CORRIENTE	1.479.812.620	0	1.479.812.620	38,4%
1-30	305.532.764	0	305.532.764	7,9%
31-60	322.866.576	0	322.866.576	8,4%
61-90	67.068.779	0	67.068.779	1,7%
91-180	36.208.615	0	36.208.615	0,9%
181-360	169.218.937	0	169.218.937	4,4%
MAS DE 361	217.366.175	1.252.567.394	1.469.933.569	38,2%
SUBTOTAL	2.598.074.466	1.252.567.394	3.850.641.860	100,0%

El pareto de la cartera se concentró entre la cartera corriente (38,4%) y la cartera vencida a más de 361 días (38,2%).

La rotación de cartera fue de 233 días que frente al año 2023 (229,1 días), incrementó 3,8 días.

El *inventario* aumentó un 50,0% debido al crecimiento en medicamentos e insumos, resultado de compras realizadas para el cierre de 2024, anticipando los cierres y vacaciones colectivas de fin de año de algunos laboratorios. La rotación de inventarios pasó de 14,4 días en 2023 a 18,1 días en 2024

Aunque *propiedad planta y equipo* disminuyó 0,3%, las propiedades en curso aumentaron 249,9%.

El ***pasivo total*** aumentó 84,0%, por el aumento de 43,8% en el pasivo corriente y 2240,2% en el pasivo no corriente.

Crecieron 49,8% los *proveedores*, sin embargo, todos se encontraban corrientes al cierre del año. El principal incremento se dio en Distrioccidente que, para el 2023, tenía \$298,0 millones y para el 2024 cerró con \$464,4 millones.

Los *costos y gastos por pagar* crecieron 53,5% El principal incremento se dio con uno de los Aliados de Sanofi por facturas que no fueron radicadas durante el año 2024.

Pasivos estimados y provisiones crecieron 78,2% y correspondieron a provisiones honorarios médicos y de proveedores de servicios prestados y no facturados (aliados Sanofi).

El *fondo social mutual* no se vio disminuido significativamente porque no se ejecutaron en su totalidad los excedentes que se destinaron para la obra durante el año 2024 y se encuentran disponibles conforme al avance de la obra.

El ***Patrimonio*** tuvo una disminución del 3,4% por la disminución en 89,9% de los excedentes del ejercicio frente al año 2023. Se incluyeron en reservas los \$112,9 millones ejecutados y facturados de la obra de remodelación y \$9,4 millones de aires acondicionados.

5.2. Estado de Excedente Integral

CUENTAS	ACUMULADO AÑO			% ingresos 2024	% ingresos 2023
	2024	2023	VARIACIÓN ACUM		
INGRESOS ACTIVIDADES ORDINARIAS	7.148.834	5.692.807	25,6%	100,0%	100,0%
DESCUENTOS LABORATORIOS INGRESO	12.778	16.985	-24,8%	0,2%	0,3%
COSTO DE LOS SERVICIOS Y DE VENTAS	5.863.342	4.852.092	20,8%	82,0%	85,2%
COSTOS INDIRECTOS	227.246	216.949	4,7%	3,2%	3,8%
EXCEDENTE O DÉFICIT BRUTO	1.071.025	640.752	67,2%	15,0%	11,3%
OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES	43.985	102.601	-57,1%	0,6%	1,8%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.316.730	963.736	36,6%	18,4%	16,9%
GASTOS UNIDAD VENTAS	222.175	143.745	54,6%	3,1%	2,5%
GASTOS FINANCIEROS	64.513	46.880	37,6%	0,9%	0,8%
EXCEDENTE O DÉFICIT OPERACIONAL	-488.408	-411.009	-18,7%	-6,8%	-7,2%
INTERESES	544.106	892.561	-39,0%	7,6%	15,7%
RECUPERACIÓN DETERIORO DE INVERSIONES	82.941	55.195	50,3%	1,2%	1,0%
DONACIONES	36.429	26.400	38,0%	0,5%	0,5%
DETERIORO DE INVERSIONES	110.495	0	0,0%	1,5%	0,0%
EXCEDENTE O DÉFICIT ANTES DE IMPUESTO	64.573	563.147	-88,5%	0,9%	9,9%
IMPUESTO DE RENTA	8.686	12.014	-27,7%	0,1%	0,2%
EXCEDENTE O DÉFICIT NETO INTEGRAL	55.887	551.133	-89,9%	0,8%	9,7%

MARGEN BRUTO/INGRESOS	15,0%	11,3%
MARGEN OPERACIONAL/INGRESOS	-6,8%	-7,2%
MARGEN NETO INTEGRAL/INGRESOS	0,8%	9,7%

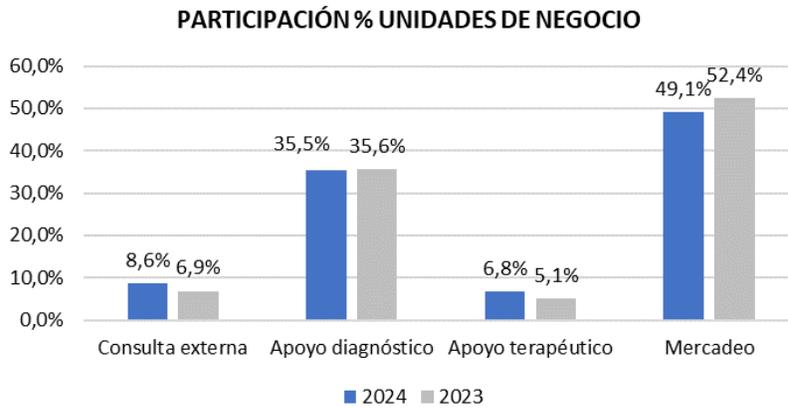
Los **Ingresos Operacionales** acumulados del año 2024, fueron \$7.148,8 millones que, frente al año 2023, crecieron 25,6% El promedio de facturación mensual fue de \$595,7 millones. 50,1% de las ventas correspondieron a servicios y 49,1% a medicamentos.

El presupuesto de ingresos del año 2024 fue de \$6.956,2 millones, lo que significó que los resultados estuvieron 2,8% por encima de lo proyectado.

Junio fue el mes de mayor facturación, diciembre el mes en el que se vendieron más medicamentos y noviembre fue el mes de mayor facturación en servicios. Agosto fue el mes con mayor excedente operativo y el de mayor margen operacional (5,3%).

Frente al año 2023, se evidenció crecimiento en todas las unidades de negocio, consulta externa creció 57,2%, apoyo diagnóstico 25,1%, apoyo terapéutico 68,7% y mercadeo 17,6%.

Comparado con el año 2023, ganaron participación sobre los ingresos consulta externa y apoyo terapéutico.



Crecieron las consultas de dermatología, cuidados paliativos y nutrición, todos los servicios diagnósticos excepto ecografía, las aplicaciones de sustancias terapéutica, las monoquimioterapias, la venta de medicamentos, de insumos y de productos para el cuidado del cuerpo.

Frente al año 2023, crecieron los clientes particulares, Sanofi, EPS SOS y Univalle. Ganaron participación frente a los ingresos los particulares, Sanofi y SOS.

A continuación, se muestra el estado de excedente integral de cada unidad de negocio:

CONCEPTO	CONSULTA EXTERNA	APOYO DIAGNÓSTICO	APOYO TERAPÉUTICO	MERCADEO	TOTAL ACUMULADA
% PART INGRESOS 2024	8,6%	35,5%	6,8%	49,1%	100,0%
INGRESO MENSUAL PROMEDIO	\$ 51.297.516	\$ 211.383.289	\$ 40.601.970	\$ 292.453.421	\$ 595.736.194
INGRESOS ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$615.570.186	\$2.536.599.464	\$487.223.634	\$3.509.441.047	\$7.148.834.331
COSTOS DIRECTOS POR ATENCIÓN EN SALUD	\$542.290.119	\$1.874.476.780	\$440.744.460	\$3.005.830.397	\$5.863.341.756
OTROS INGRESOS (DESCUENTOS EN COMPRAS LABORATORIOS)	\$0	\$0	\$0	\$12.778.140	\$12.778.140
COSTOS INDIRECTOS	\$19.211.751	\$83.506.523	\$21.587.638	\$102.940.271	\$227.246.183
DÉFICIT Ó EXCESO BRUTO OPERATIVO	\$ 54.068.316	\$ 578.616.161	\$ 24.891.536	\$ 413.448.519	\$ 1.071.024.532
OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES	\$0	\$2.261.500		\$41.723.778	\$43.985.278
GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN	\$93.273.521	\$472.127.956	\$96.045.962	\$655.282.218	\$1.316.729.656
GASTOS UNIDAD DE VENTAS	\$18.974.294	\$78.666.877	\$15.130.649	\$109.403.421	\$222.175.242
GASTOS FINANCIEROS	\$5.588.410	\$22.973.917	\$4.498.488	\$31.451.906	\$64.512.721
RESULTADO ACTIVIDADES DE LA OPERACIÓN	-\$ 63.767.909	\$ 7.108.912	-\$ 90.783.563	-\$ 340.965.248	-\$ 488.407.808
INGRESOS FINANCIEROS					\$544.106.006
DIVERSOS					\$36.428.600
INGRESOS X RECUP. DETERIORO INVERSIONES					\$82.941.000
DETERIORO DE INVERSIONES					\$110.495.000
TOTAL RESULTADOS NETOS	-\$ 63.767.909	\$ 7.108.912	-\$ 90.783.563	-\$ 340.965.248	\$ 64.572.798
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS					\$ 8.685.622
TOTAL RESULTADOS INTEGRALES					\$ 55.887.176
MARGEN BRUTO/INGRESOS	8,8%	22,8%	5,1%	11,8%	15,0%
MARGEN DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN/INGRESOS	-10,4%	0,3%	-18,6%	-9,7%	-6,8%
MARGEN RESULTADOS INTEGRALES/INGRESOS	-10,4%	0,3%	-18,6%	-9,7%	0,9%

El **costo directo de venta** creció un 20,8%, un porcentaje inferior al incremento de los ingresos (25,6%). Representó el 82,0% de los ingresos, disminuyendo frente al año 2023, cuando fue del 85,2%

Los **descuentos de los laboratorios** disminuyeron 24,8%.

Los **costos indirectos** crecieron 4,7% y representaron el 3,2% de los ingresos frente al 3,8% del año anterior.

El **excedente bruto** fue de \$1,071,0 millones y el **margen bruto** sobre ingresos fue de 15,0%.

Otros ingresos no operacionales disminuyeron 57,1% frente al año 2023, variación generada principalmente porque en mayo de 2023, se vendió mamógrafo Siemens por \$60,0 millones. Se lograron \$30,5 millones de descuentos por pronto pago en compras.

Los **gastos administrativos** crecieron 36,6%. Se incluyó Aprendiz Sena como parte del equipo de servicio al cliente. Se dio continuidad a la tercerización del proceso de gestión humana con la empresa Ocuservis, se incrementaron los gastos por servicios como soporte sistemas, Emcali y Rapiaseo. Se registró un deterioro de cartera por valor de \$363,8 millones, de la cual el 99,9% correspondió a la cartera No PBS de la SOS que superó los 720 días de vencimiento.

Los **gastos de la unidad de ventas** crecieron el 54,6%. Se contrató en abril la persona dedicada a la venta a pacientes particulares, se inició la inversión de \$2,0 millones mensuales para pauta en redes sociales y además el impuesto de industria y comercio se llevó a gasto de ventas (en el 2023, se contabilizaba como gasto administrativo). En julio de 2024 se dio inicio a la estrategia de marketing, se realizó formación en servicio al cliente y ventas a todo el personal y a partir de octubre se dio inicio la contratación con una nueva agencia de marketing.

Los **gastos financieros** crecieron 37,6%, representados principalmente por el incremento en las comisiones bancarias, especialmente las relacionadas con los pagos con tarjeta de crédito y débito. En septiembre se pagaron a Colpensiones por concepto intereses de mora por concepto de ajustes de aportes a las planillas, entre los años 1997 y 2008 \$8,9 millones.

El **déficit operacional** acumulado fue de \$488,4 millones. Aumentó 18,8% frente al año 2023 (-411,0 millones). El resultado operacional estuvo afectado por el costo de gestión de recuperación de cartera de Asmetsalud por \$46,0 millones, las estampillas de Univalle (\$37,8 millones) y el costo de la interventoría de la obra de remodelación, pero, sobre todo, por el

deterioro de la cartera. El **margen operacional** fue de -6,8%.

Los **ingresos financieros** disminuyeron 39,0%. Se generaron \$544,1 millones de intereses comparados con los \$892,6 millones del año 2023. Se registró un deterioro neto de las inversiones por \$27,5 millones. Se recibieron donaciones por \$36,4 millones, de los cuales \$15,0 correspondieron a la Subvención de la LCCC para el desarrollo del proyecto de cáncer de piel y \$11,9 millones a una donación en productos de parte de Bivien. Las tasas de interés de los fondos se muestran a continuación:

CDT Davivienda	9,92% ea
Fondo CxC	10,34% ea
Fondo Renta fija 90 días	8,23% ea
fondo Abierto	8,08% ea

Se registró un **impuesto sobre la renta** de \$8,7 millones que se calculó sobre los costos y gastos no procedentes fiscalmente.

El **resultado integral acumulado** fue de \$55,9 millones, disminuyó 89,9% frente al año 2023.

El **margen neto sobre ingresos** fue de 0,8%.

5.3. Ejecución Presupuestal

CONCEPTO	TOTAL PRESUPUESTO 2024	TOTAL EJECUTADO 2024	% CUMPLIMIENTO
INGRESOS ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$6.956.238	\$7.148.834	102,8%
COSTOS DIRECTOS POR ATENCIÓN EN SALUD	\$5.488.533	\$5.863.341	106,8%
OTROS INGRESOS (DESCUENTOS EN COMPRAS LABORATORIOS)	\$8.221	\$12.778	155,4%
COSTOS INDIRECTOS	\$201.500	\$227.246	112,8%
EXCEDENTE BRUTO OPERATIVO	\$ 1.274.426	\$ 1.071.026	84,0%
OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES	\$39.998	\$43.984	110,0%
GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN	\$1.057.661	\$1.316.730	124,5%
GASTOS UNIDAD DE VENTAS	\$224.458	\$222.175	99,0%
GASTOS FINANCIEROS	\$48.609	\$64.513	132,7%
RESULTADO ACTIVIDADES DE LA OPERACIÓN	-\$ 16.304	-\$ 488.409	2995,6%
INGRESOS FINANCIEROS	\$609.454	\$544.106	89,3%
DIVERSOS	\$35.512	\$36.429	102,6%
INGRESOS X RECUPERACIÓN DETERIORO INVERSIONES	\$0	\$82.941	
DETERIORO DE INVERSIONES	-\$31.065	\$110.495	-355,7%
TOTAL RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS	\$ 597.597	\$ 64.571	10,8%
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS	\$ 0	\$ 8.686	
TOTAL RESULTADOS INTEGRALES	\$ 597.597	\$ 55.885	9,4%

MARGEN BRUTO/INGRESOS	18,3%	15,0%
MARGEN DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN/INGRESOS	-0,2%	-6,8%
MARGEN RESULTADOS INTEGRALES/INGRESOS	8,6%	0,8%

El presupuesto estuvo cercano a la realidad, sin embargo, hubo factores puntuales que influyeron en las variaciones de algunos de los conceptos que se describen a continuación.

El presupuesto de ingresos se superó en 2,8%. Ingresaron clientes como Hematooncólogos, el Fomag, se incrementaron los servicios en SOS, particulares y se incrementó la venta de medicamentos a Imbanaco y a particulares.

El costo directo se superó 6,8%. Esto se dio debido al menor margen de venta de los medicamentos y servicios frente a lo presupuestado pues el incremento de los costos no fue compensado por el incremento de las tarifas. Adicionalmente se asumió el costo de la negociación por recuperación de cartera de Asmetsalud y el costo de la interventoría de la obra de remodelación en la proporción de los meses ejecutados.

Los gastos administrativos crecieron 24,5% más por el efecto del deterioro de la cartera No PBS de la EPS SOS.

Los gastos financieros fueron mayores por mayor volumen de pagos a través de tarjetas de crédito y débito. Se pagaron interés de mora por valor de \$8,9 millones a Colpensiones por moras en aportes entre los años 1997 y 2008.

Los ingresos financieros disminuyeron en mayor proporción de lo presupuestado por efecto de la disminución de las tasas de mercado sobre las presupuestadas.

El deterioro de las inversiones se dio por la pérdida de valor comercial del CDT del banco Davivienda.

5.4. Flujo de Efectivo

CONCEPTO	TOTAL
SALDO INICIAL	6.701.818
INGRESOS EFECTIVO	
VENTAS DE CONTADO	1.242.703
RECAUDO CARTERA	5.773.019
ASMET SALUD EPS SAS	832.641
COSMITET LTDA CORPORACION DE SERVICIOS M	91.523
MEDICINA PREPAGADA	13.062
SANOFI AVENTIS DE COLOMBIA SA	310.699
SERVICIO OCCIDENTAL DE SALUD SA	1.384.095
UNIVERSIDAD DEL VALLE	2.474.253
VIVA 1A IPS S A	105.001
OTROS CLIENTES CREDITO	561.745
OTROS RECAUDOS	6.335
RENDIMIENTOS FINANCIEROS	544.106
DONACIONES	5.614
INCAPACIDADES	3.769
ACTIVIDADES FONDO SOCIAL	5.352
TOTAL INGRESOS	7.580.899
EGRESOS DE EFECTIVO	
PAGO PROVEEDORES	-2.668.985
PAGO ACREEDORES	-1.199.043
PAGO EMPLEADOS	-1.040.470
PAGO IMPUESTOS	-192.077
PAGO APORTES	-421.588
PAGO SERVICIOS PUBLICOS	-103.314
GASTOS BANCARIOS	-59.335
PAGO HONORARIOS MEDICOS	-1.144.997
PAGO OTROS HONORARIOS	-171.270
PAGO MANTENIMIENTO	-94.092
PAGO TARJETA CREDITO	-13.015
OTROS GASTOS DE ADMON	-49.748
INVERSIONES EN CDT	-13.173
TOTAL EGRESOS DE OPERACIÓN	-7.171.107
TOTAL EFECTIVO	7.111.610
TOTAL EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO	7.111.610

El resultado del flujo de caja muestra una fuerte dependencia en el recaudo de cartera (76,0% de los ingresos) y un incremento en la caja de \$409.792, alcanzando un saldo positivo de \$7.111.610, lo que refleja una adecuada gestión de liquidez.

5.5. Indicadores Financieros

TIPO	INDICADOR	2024	2023
Liquidez	Razón corriente	8,2	11,4
	Capital de trabajo	\$ 9.259.827	\$ 9.324.345
	Prueba acida	8,0	11,3
	Liquidez inmediata	5,5	7,5
Endeudamiento	Nivel de endeudamiento	11,8%	6,6%
	Solvencia patrimonial	88,2%	93,4%
	Solvencia económica	8,5	15,3
Rentabilidad	Margen bruto de excedentes	15,0%	11,3%
	Margen neto	0,8%	9,7%
	Rendimiento del patrimonio	0,4%	4,2%
Eficiencia	Rotación de cartera (días)	233,0	229,1
	Rotación de inventarios (días)	18,1	14,4
	Índice crecimiento de ventas	25,6%	4,3%
Diagnostico financiero	Estructura financiera	13,4%	7,0%
	Capital neto de trabajo	\$ 2.258.725	\$ 2.834.681
Alerta y criterio sobre deterioro patrimonial y riesgo de insolvencia	Deterioro del patrimonio	\$ 12.581.396	\$ 13.024.466
	Deterioro patrimonial	\$ 55.887	\$ 551.133
	Riesgo de insolvencia	8,2	11,4

Los indicadores financieros reflejaron la solvencia económica de Unicáncer y los recursos depositados en la fiducia contribuyeron al apalancamiento de la liquidez de la institución. El endeudamiento fue bajo y tanto la solvencia patrimonial como la económica fueron altas lo que representó un elevado grado de independencia de la empresa frente a sus acreedores.

Los resultados de rentabilidad y eficacia fueron positivos; sin embargo, la institución deberá hacer un esfuerzo adicional para mejorar sus ingresos y rentabilidad con el fin de cubrir sus gastos.

La rotación de cartera se vio afectada por la situación estructural del flujo de recursos del sector salud. No obstante, la administración realizó esfuerzos para conciliar la cartera de manera periódica y establecer acuerdos de pago. Es necesario realizar una mayor gestión con el fin de mejorar la rotación de la cartera.

Cabe destacar que, a pesar de la disminución en los indicadores relacionados con los criterios de alerta de deterioro patrimonial o riesgo de insolvencia frente al año anterior, estos siguen siendo positivos, lo que permitió concluir que Unicáncer operó dentro de las condiciones normales de negocio y bajo el principio de negocio en marcha.

6. GESTIÓN DE CUMPLIMIENTO DE NORMAS

6.1. Convergencia a Normas Internacionales de Información Financiera

De conformidad con lo previsto en la Ley 1314 de 2009 y los decretos reglamentarios a dicha ley, Unicáncer desde el año 2017 ha emitido los Estados Financieros bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

6.2. Régimen Tributario de las Entidades sin Ánimo de Lucro (ESAL)

Unicáncer cumplió con todos los requisitos establecidos en el artículo 150 de la Ley 189 de 2016, que modificó el artículo 358 del Estatuto Tributario (ET), incluyendo el párrafo segundo, con el objetivo de obtener el beneficio de la exención del impuesto sobre la renta sobre el beneficio neto o excedente, según lo establecido en el artículo 357 del ET.

A Unicáncer no le fue expedido un acto administrativo de negación de la permanencia en el régimen tributario especial del impuesto sobre la renta y complementarios hasta el 31 de diciembre de 2024, por lo que continúa perteneciendo al régimen tributario especial. Para el año 2025, Unicáncer deberá actualizar su registro web en los primeros seis (6) meses del año, de acuerdo con el nuevo texto de la Ley 2277 de 2022

6.3. Operaciones con Fundadores y Administradores – Artículo 446, Ordinal 3 del Código de Comercio.

Unicáncer no realizó operaciones comerciales, ni préstamos, ni generó beneficio económico de ningún tipo a los fundadores, la junta directiva, ni a las empresas que ellos representen o en las que tengan intereses económicos. Las operaciones con los administradores y directivos se ajustaron a las políticas generales de Unicáncer y solo consistieron en operaciones laborales relacionadas con el desarrollo de sus funciones.

Durante el ejercicio 2024, Unicáncer no efectuó transferencias de dinero ni bienes a título gratuito o cualquier otra operación que pueda asimilarse a esta, a favor de personas naturales o jurídicas.

Además, a 31 de diciembre de 2024, Unicáncer no poseía dinero ni bienes en el exterior, ni obligaciones en moneda extranjera, y tampoco tenía inversiones en sociedades nacionales o extranjeras.

6.4. Cumplimiento de Normas sobre Propiedad Intelectual y Derechos de Autor

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley 222 de 1995, la ley 603 de 2000 y de conformidad con la Ley 23 de 1982 (modificada por la Ley 1403 de 2010), Unicáncer, tuvo establecidas

políticas que velaron por la observancia y el respeto de los principios y derechos de propiedad intelectual y de autor en Colombia, cumpliendo a cabalidad las obligaciones que ello implica.

Unicáncer estuvo atenta a la verificación del cumplimiento de los lineamientos sobre las licencias de uso y explotación de software, con el fin de que estas se encontrasen vigentes y fueran válidas para todos los equipos que las utilizaban, vigilando permanentemente el cumplimiento de las normas, recomendaciones, leyes y mejores prácticas de negocio que debieron guiar las relaciones entre la entidad y los proveedores de software, de modo que fueran respetados los derechos de autor y de propiedad intelectual de aplicaciones, sistemas de información, herramientas de software y utilidades informáticas requeridas para el desarrollo de su Misión.

6.5. Tratamiento de la Información y Datos Personales

Unicáncer continúa dando cumplimiento a lo dispuesto en la Ley 1581 de 2012 y el Decreto Reglamentario 1377 de 2011, a través de su política de tratamiento de protección de datos personales creada en septiembre de 2018 y que puede ser consultada en la página web www.unicancercali.com. La política está orientada a proteger y garantizar todo lo concerniente al tratamiento de datos personales, las libertades y derechos de tipos fundamental que tienen las personas naturales o jurídicas, teniendo en cuenta que la información que se maneja es de carácter sensible. Igualmente se realizó la actualización de las bases de datos en la Superintendencia de Industria y Comercio en marzo de 2024.

6.6. Acuerdo de Confidencialidad

Unicáncer cuenta con acuerdos de confidencialidad para salvaguardar la información confidencial de la Institución. Los acuerdos no se limitan a la información escrita sino también digital o gráfica, electrónica, oral transmitida o memorizada, observación, datos, registro, documento, patentes, dibujo, fotografía, programas de computador, multimedia, mejora, desarrollo, logo, procesos, lista de clientes, información de precios, procesos, pruebas, registros clínicos, datos personales de los colaboradores, entre otros. El incumplimiento a estos acuerdos o la falsedad de la información que pudiera brindar a terceros daría lugar a sanciones penales y/o disciplinarias correspondientes por parte de Unicáncer.

6.7. Revelación y Control de la Información Financiera

Se verificaron los controles establecidos al interior de la institución y se evaluaron satisfactoriamente los sistemas existentes para la revelación y el control de la información financiera, encontrando que funcionaron adecuadamente. Esto permitió registrar, procesar, resumir y presentar correctamente la información financiera.

Durante cada mes del año 2024, se dio cumplimiento a la transmisión de nómina electrónica dentro de las fechas establecidas por la norma. De igual manera, se efectuó la expedición y

transmisión de los documentos soportes electrónicos para compras no obligadas a facturar, a través del aplicativo SIESA 8.5, el cual operó satisfactoriamente y cuyo almacenamiento se realizó en la nube.

Unicáncer continuó realizando la facturación electrónica conforme a lo establecido por la DIAN y la normativa vigente, a través del aplicativo en nube PACIFIC, el cual también se encontró operando a satisfacción.

La Representante Legal validó que todas las actividades, transacciones y operaciones de la organización se realizaran dentro de los parámetros permitidos por la normatividad vigente, autorizados por la Junta Directiva y el Consejo de Fundadores.

Es importante destacar que el sistema contable y de nómina SIESA 8.5 iniciará un plan de transición y renovación con el objetivo de mitigar el riesgo de obsolescencia tecnológica, garantizar la seguridad informática y asegurar que esta herramienta siga alineada con las necesidades y la estructura actual del negocio. Aunque el plan de renovación tecnológica está en marcha y el soporte funcional y técnico para el sistema SIESA 8.5 finalizará el 31 de diciembre de 2026, es necesario realizar una inversión para continuar con dicho proceso de renovación, ya sea con el mismo proveedor o con uno nuevo que cubra las necesidades de UNICANCER.

6.8. Cumplimiento de los Requisitos de Habilitación de Servicios de Salud

Unicáncer cumplió con los requisitos de la resolución 3100 de 2019 en cuanto a la habilitación de los servicios de salud. Se presentó autoevaluación de manera oportuna ante el Registro Especial de Prestadores de Salud (REPS). Se hizo la verificación de los planos de la remodelación de las áreas asistenciales, para que cumplieran con los estándares mínimos de habilitación. También se hizo la formación de 3 auxiliares de enfermería en cuidado integral del paciente adulto en quimioterapia.

6.9. Situación Jurídica

Unicáncer se encontró en condiciones de normalidad, desarrollando sus actividades comerciales, operativas, administrativas y financieras sin contratiempos jurídicos. Al cierre del año 2024 no contaba con demandas.

A cierre del año 2024, Unicáncer continuaba con el proceso abierto por incumplimiento de vertimientos del año 2016.

En noviembre de 2024 se recibió de parte de una empleada a la cual no se le renovó el contrato, la solicitud de su liquidación y fechas de pago con copia a notificaciones judiciales del Ministerio de Trabajo. Al cierre del año 2024 no se habían recibido comunicados o solicitudes de parte de esta entidad.

6.10. Aportes a la Seguridad Social

Unicáncer dio cabal y oportuno cumplimiento al pago de los aportes a la seguridad social, parafiscales, obligaciones tributarias, contribuciones y reportes a la Superintendencia Nacional de Salud y demás entes de control. Así mismo se verificó que a la fecha del informe, la empresa se encontraba al día en obligaciones laborales y pagos de seguridad social, incluidos los cambios introducidos por la Ley 1607 de 2017.

6.11. Operaciones Factoring

Se deja constancia que de acuerdo con el artículo 87 de la Ley 1676 de agosto 20 de 2013, con vigencia a partir de febrero de 2014, Unicáncer no ha obstaculizado de ninguna forma las operaciones de Factoring que los proveedores y acreedores de la entidad hayan pretendido hacer con sus respectivas facturas.

6.12. Pasivos Contingentes

A la fecha de elaboración de los Estados Financieros, Unicáncer no tenía conocimiento sobre pasivos contingentes por conceptos de demandas a cargo de la organización. Sin embargo, el proceso frente al DAGMA por el incumplimiento de los parámetros en uno de los puntos del estudio de vertimientos del año 2016, sigue abierto y puede desencadenar una sanción económica.

6.13. Acontecimientos Acaecidos Después del Ejercicio

El 2024 fue un año de cambios positivos para Unicáncer, los ingresos crecieron más de lo planteado, ingresaron nuevos clientes y crecieron los existentes, se materializó el proyecto de marketing digital y se dio inicio a la remodelación de las áreas asistenciales.

Ingresaron clientes como FOMAG y Hemato Oncólogos. Se fortaleció la ruta de diagnóstico con la EPS SOS, aumentó la facturación de medicamentos a Univalle, Clínica Imbanaco y crecieron de manera significativa los pacientes particulares. Por decisión de Unicáncer, se disminuyeron los servicios prestados a Asmetsalud.

Se hizo un análisis de mercado a través de una consultoría donde se logró identificar el tipo de usuario que acude a Unicáncer, los principales competidores, los valores agregados de la institución y lo que la marca Unicáncer representa para los usuarios. Estos resultados permitieron enfocar las estrategias de marketing digital, identificar un concepto de marca impulsar para transmitir coherencia a los seguidores y usuarios. Se espera que esto permita crecer en el 2025 en los servicios por lo que reconocen a Unicáncer y abrir las puertas para fortalecer medicina con uso de productos bioreguladores y dar inicio a dermatología estética.

Iniciaron las obras de remodelación de las áreas asistenciales para brindar mayor confort a los usuarios y que esto haga parte de la experiencia del usuario. Además, se fortalecieron las competencias de los empleados en venta y servicio al cliente como complemento del objetivo de exceder las expectativas de los pacientes.

Unicáncer logró la recertificación del sistema de gestión de calidad de parte del Icontec y participó activamente en los proyectos liderados por Propacifico y el Instituto Nacional de Cancerología sobre diagnóstico de cáncer y calidad de mamografía.

Para el año 2025 la Institución tiene el reto de mejorar su facturación, mejorar su rentabilidad y lograr llegar a punto de equilibrio en la operación. Además de estabilizar su planta de personal y lograr que el paciente identifique a Unicáncer como un lugar que ofrece una experiencia memorable en servicio. El enfoque del marketing digital seguirá siendo hacia los pacientes particulares, medicinas prepagadas y tarjetas de descuentos, posicionando a Unicáncer entre mujeres a quienes les interese su bienestar, verse y sentirse bien, motivando el uso de servicios como dermatología, dermatología estética, medicina general con uso de productos bioreguladores, entre otros, acompañado de una mejora en la infraestructura y sin dejar a un lado la razón meritoria que es el diagnóstico oportuno de cáncer.

6.14. Principio de Negocio en Marcha

Los ingresos mejoraron 25,6% comparado con el año 2023, el resultado bruto y el operativo mejoraron, sin embargo, se definió aumentar el deterioro de cartera para incluir un porcentaje adicional de la cartera No PBS de la EPS SOS dentro de los gastos administrativos. Se hizo gestión permanente para el recaudo de la cartera y el flujo de caja creció, inició el año 2024 con \$6.701,8 millones y finalizó con \$7.111,6 millones aun cuando los intereses financieros fueron inferiores a lo presupuestado.

Los resultados de los indicadores financieros fueron positivos, aunque no todos mejoraron

frente al año 2023. Sin embargo, Unicáncer cumplió con los criterios requeridos para funcionar dentro de la premisa de Negocio en Marcha.

6.15. Hechos Subsecuentes

La Dirección Ejecutiva considera que no se presentó información relevante después del cierre de los Estados Financieros que pudiera afectar de manera significativa la situación financiera de Unicáncer o que requieran ajustes a la información con corte a diciembre 31 de 2024, incluidos:

1. La resolución o conocimiento de litigios posteriores a la fecha que se informe.
2. La quiebra de un(os) cliente(s) que pueda afectar de manera significativa la liquidez de la organización.
3. La venta de inventarios después del periodo de cierre por debajo de su valor neto realizado.
4. Fraudes o errores que pudieran requerir ajustes a los estados financieros.

A febrero de 2025, Asmetsalud EPS continuaba intervenida y con cambios a nivel de gerencia regional, lo que ha ocasionado cambios de direccionamientos, estrategias y funcionarios. Desde mediados del año 2024 se establecieron topes de agendamiento por tipo de servicios lo que ha disminuido el riesgo de cartera. Se continuará prestando el servicio especialmente en lo relacionado con la ruta de diagnóstico de cérvix.

Hemato Oncólogos representó en el año 2024 1,7% de la facturación. Fue representativo comparado con el año 2023 porque Unicáncer fue su prestador complementario de servicios de diagnóstico, de nutrición y de dolor y cuidados paliativos para los pacientes de la EPS SOS y Emssanar. Sin embargo, el contrato de Pago Global Prospectivo PGP que tenían con la EPS SOS finalizó el 31 de enero de 2025, por lo que el volumen de servicios para este cliente, disminuirá para el 2025.

Como el contrato de PGP para la población oncológica de la EPS SOS pasó a la Clínica Imbanaco, existe la posibilidad que la Clínica aumente el volumen de compra promedio de medicamentos durante el año 2025.

Con la EPS SOS se inició dispensación de medicamentos oncológicos orales, sin embargo, esto será, mientras se estabiliza el manejo de la población oncológica en la Clínica Imbanaco. En distintas redes sociales formales de la ESE Norte y de la ESE Ladera, se han evidenciado publicaciones que muestran que ya hacen parte de la red de atención de esta EPS. La ESE Norte tiene un programa posicionado y reconocido para diagnóstico de cáncer de mama. La

ESE Ladera tiene todos los servicios diagnósticos de cáncer, excepto los de cáncer de piel. Esto impactará en el corto plazo en el volumen de pacientes que lleguen a Unicáncer para diagnóstico y aunque inicialmente los contratos con estas dos entidades públicas son para tamización, terminarán incluyéndoles el diagnóstico de cáncer.

Unicáncer continúa monitoreando los avances de la Reforma a la Salud y participando en distintas iniciativas públicas o privadas para ir dando los pasos que le permitan permanecer en el mercado. Seguirá haciendo parte de los proyectos regionales relacionados con diagnóstico oportuno de cáncer y seguirá atenta a los diferentes cambios del sector que puedan impactar los proyectos y viabilidad de la institución.

7. EVOLUCIÓN PREVISIBLE DE UNICÁNCER

A través de la implementación de la estrategia de marketing se logró identificar que Unicáncer transmite a los pacientes calidad, confianza y servicio. Que los pacientes identifican como diferenciales el enfoque hacia la detección temprana más que al tratamiento, los servicios médicos integrales con tarifas competitivas, la transparencia y flexibilidad en la contratación con clientes, proveedores y la atención cálida y humana a los pacientes y sus familias. Unicáncer se dirige a personas que quieren preservar su salud para poder seguir trabajando y velar por el bienestar de su familia; personas que no buscan aspiracionalidad en una marca, sino costo/beneficio, buscan un lugar que le brinden servicios de salud de calidad, diferentes especialidades en un solo lugar, precios razonables y excelente atención.

Se logró, a través del análisis de la matriz BCG (Boston Consulting Group), se lograron identificar los productos *estrella*, *vaca*, *interrogante* y *perro* para poder enfocar los esfuerzos de marketing durante el 2025 en los tres primeros, sin perder de vista que, los productos *perro* como la citología y el laboratorio clínico pueden ser puerta de entrada para otros servicios.



Para el año 2025, el reto será crecer los ingresos, alcanzar el punto de equilibrio operativo, ganar participación en el mercado, enfocarse en los productos *interrogante* y en los clientes particulares tal y como fue identificado en el plan estratégico de marketing. Además, afianzar los servicios relacionados con el cuidado de la mujer y la dermatología estética para apalancar la razón meritoria. Todo esto, acompañado de la remodelación de las instalaciones y del enfoque en humanizar realmente el servicio en todos los niveles de atención del paciente.

Además, se deberá seguir fortaleciendo la relación con los clientes institucionales, continuar trabajando en las rutas de diagnóstico temprano, en desarrollar nuevos servicios, en identificar valores agregados dentro de los servicios y en robustecer la dispensación de

medicamentos para algunos clientes y para medicinas prepagadas, sin descuidar el riesgo de cartera.

Se deberá tener en cuenta que, aunque Ministerio de Salud emitió la circular 00000003 ordenando a las EPS que todos los servicios que compren en 2025 deben ajustarse al menos en el incremento de la UPC que para el año 2025 fue de 5,2%, Unicáncer ha recibido dos comunicados de clientes informando incremento máximo del 3,0% o 4,0% respectivamente, aun cuando en años anteriores no hubo incremento de tarifas con estas mismas entidades.

Adicionalmente, la operación del modelo de compra directa se fundamenta en la eliminación de intermediarios tradicionales en la cadena de adquisición de medicamentos. Esto significa que las Entidades Promotoras de Salud (EPS), especialmente aquellas bajo intervención, negociarán directamente con los laboratorios farmacéuticos para adquirir medicamentos esenciales, priorizando aquellos de alto costo y alta incidencia como los utilizados en el tratamiento de cáncer, diabetes y enfermedades autoinmunes. Lo anterior podría afectar la facturación de Univalle cuya venta de medicamentos representó para el año 2024, el 90,7% de la facturación de este cliente.