

Asesoría

[Alianza Estratégica]

Centro Nacional para la Salud en la Infancia y la
Adolescencia

2014

Dra. Joyce Vazquez

Braverman

Joyce.vazq@gmail.com

Índice

<i>CARÁTULA DE PRIMER ENTREGABLE</i>	3
<i>CARÁTULA DE SEGUNDO ENTREGABLE</i>	4
<i>CARÁTULA DE TERCER ENTREGABLE</i>	5
<i>CARÁTULA DE CUARTO ENTREGABLE</i>	6

Primer entregable: Análisis estructural estratégico para vinculación.

“Una alianza es una relación de colaboración entre dos o más entidades dirigida a compartir activos y recursos complementarios para crear y aumentar valor para sus clientes y sus propias organizaciones, valor que no podría ser conseguido independientemente” (Definición de la ASAP) Association of Strategic Alliances Professionals. Available from: <http://www.strategic-alliances.org>.

Se puede definir una **alianza** como un acuerdo entre dos o más empresas independientes que, uniendo o compartiendo parte de sus capacidades y/o recursos, instauran un cierto grado de interrelación con el objetivo de incrementar sus ventajas competitivas.

Puntos clave que se pretenden abarcar en la alianza estratégica para el **CeNSIA (Centro Nacional para la Salud en la Infancia y Adolescencia)**:

1. **Recursos financieros.**
2. **Materias primas o infraestructura.**
3. **Tecnología.**
4. **Personal.**
5. **Recursos administrativos.**

Existen alianzas informales, en las que las empresas trabajan juntas sin un acuerdo escrito, los compromisos son moderados y los controles, ejercidos por ambas empresas por separado.

En la siguiente tabla se describen los modelos, como formas de cooperación entre dos aliados pueden estructurarse. Posteriormente se al tener el análisis del CeNSIA , tomando en cuenta datos e infraestructura de la entidad y por medio de asesoría jurídica se puede elegir un modelo que de el mayor beneficio al CeNSIA para obtener resultados de alto impacto.

Tabla 1. Análisis descriptivo de modelos estratégicos empresariales usados en la actualidad y su compatibilidad con el CeNSIA.

Modelos	Descripción	Compatibilidad con
----------------	--------------------	---------------------------

Fusión	<p>Implica una integración total de dos o más empresas. La fusión es el grado máximo al que puede llegar la alianza entre empresas. El éxito de una fusión conlleva cuatro pilares: el ajuste financiero (precio y condiciones de pago de la operación de crecimiento externo), el ajuste empresarial (obtener sinergias, mejorar la posición estratégica y reforzar las ventajas competitivas), el ajuste organizativo (diseño de las estructuras organizativas, desarrollo de procesos y sistemas operativos) y el ajuste social (gestión y dirección de recursos humanos).</p>	<p>Poco compatible debido a que se rige en un entorno empresarial. Se puede tomar el desarrollo de procesos y sistemas operativos para implementarlo en la propuesta.</p>
Joint-Venture o sociedades mixtas,	<p>Consistente en la realización de una actividad empresarial de forma conjunta y, «a priori», de manera temporal entre socios que comparten el capital. Por regla general, esta modalidad de cooperación permite a cada uno de los partícipes aprender del otro, mejorando así sus competencias respectivas. Los objetivos fijados corresponderán al desarrollo de una actividad precompetitiva (por ejemplo, un proyecto de I+D), a la ejecución de una función primaria de la cadena de valor o a la entrada en un nuevo mercado.</p> <p>Toma de participaciones cruzadas o inversión directa recíproca. La principal diferencia existente entre los</p>	<p>Compatible con el desarrollo de un proyecto en común con las ONG'S en donde se tiene un objetivo en común y no se pierde la entidad y autonomía de sus participantes.</p>

	<p>procesos de fusión y las tomas de participación cruzada es el grado de acercamiento entre las empresas. Los intercambios de participación preservan la identidad y autonomía de los socios.</p>	
<p>Agrupación de interés económico</p>	<p>que resulta de la simple conclusión de un contrato constitutivo (contrato de agrupación). No se exige la aportación de un capital de salida ni siquiera la existencia de un patrimonio. Todos los miembros de la agrupación son solidarios e indefinidamente responsables de las obligaciones contraídas por ésta. Dicho compromiso personal de los participantes representa la garantía mínima ofrecida a los acreedores y constituye la contrapartida de la libertad contractual y de la no exigencia de capital obligatorio.</p>	<p>No aplica</p>
<p>Corporate venturing</p>	<p>Es la operación por la que una gran empresa toma una participación minoritaria en el capital de una pequeña sociedad de reciente creación que ofrece importantes perspectivas de expansión. A veces, esta práctica se traduce en acuerdos de subcontratación, pudiendo desembocar con el tiempo en una absorción. A diferencia de la fórmula del capital riesgo, este tipo de cooperación no centra su interés única y exclusivamente en los resultados financieros esperados.</p>	<p>De este modelo se resalta el tener consultores externos actualizados e informados en el tema para poderle dar seguimiento a los proyectos.</p>

Acuerdos de colaboración

Tratan de buscar complementariedades, intentando explotar las fuerzas competitivas de cada socio y corrigiendo las debilidades respectivas. Son una fórmula de colaboración menos comprometida, porque los socios llegan tan sólo a acuerdos puntuales, ya sea de palabra o de forma contractual. Estos acuerdos pueden cubrir una amplia gama de actividades en común, pero se usan sobre todo en las áreas de I+D y en el marketing industrial. La ventaja de esta fórmula de aproximación es su bajo riesgo en la relación, ya que un acuerdo puntual no suele afectar a los recursos humanos y tecnológicos de las empresas participantes. Sin embargo, cabe la posibilidad de que haya menos incentivos para colaborar efectivamente o para dedicar el esfuerzo requerido para asegurar el éxito

Se toma en cuenta este modelo para la implantación de acuerdos puntuales con ONG'S y órganos de la sociedad civil interesados en hacer aportaciones a la causa.

Acuerdos multilaterales

Se trata de un entramado de relaciones mantenidas entre varias compañías. Es una cartera de alianzas que se debe optimizar a la manera de una cartera de productos, tecnologías o participaciones financieras

Franquicia y licencia

Son formas de aliarse que afectan a marca ó imagen un recurso particular (por ejemplo, una patente), a veces en conjunción con otros servicios, como la publicidad y la imagen, el desarrollo de producto,

No aplica

etcétera, a cambio de una tasa fijada de antemano o basada en el negocio (un porcentaje de beneficios). Por tanto, la franquicia o la licencia son más efectivas cuando un grupo de empresas independientes busca un recurso común en otra empresa para desarrollar su negocio con efectividad.

Razones para formar alianzas estratégicas en el CeNSIA:

- **Aumenta la competitividad** entre instituciones que tratan a niños con cáncer, incluso al mismo gobierno para desarrollar e impulsar iniciativas.
- **Neutralizar competidores** con un objetivo en común, proyectos en común.
- **Acceder a la población determinada**, tener alcance a la población que se está tratando de ayudar.
- **Compartir riesgos.**

La **decisión estratégica** requiere de una visión, misión, objetivo y análisis. Es importante aclarar que se proyecta el modelo tomando en cuenta que es posible hacer la realización de la alianza y sus futuros ajustes necesarios para conseguir la estructura adecuada.

Configuración de la alianza

La alianza estará conformada por el Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia que es un **órgano administrativo desconcentrado con autonomía operativa, técnica y administrativa**, órgano consultivo e instancia permanentemente de coordinación y concertación de las acciones del sector público,

social y privado en materia de investigación, prevención, diagnóstico y tratamiento integral de cáncer detectado en la población menor de 18 años en la República Mexicana.

Convenio de alianza estratégica

Los aspectos a definirse antes de plasmarlos en un documento legal, en este caso el contrato o convenio de la alianza estratégica, son principalmente:

- 1.- Compromisos mutuos, riesgos y responsabilidades.
- 2.- Los aportes a la sociedad y valorización de estos.
- 3.- Los porcentajes de participación de cada uno de ellos en la sociedad.
- 4.- La distribución de utilidades.
- 5.- Las responsabilidades de innovación de cada uno de ellos.
- 6.- Los requerimientos de financiamiento complementario.
- 7.- La responsabilidad administrativa del proyecto.
- 8.- Las modalidades de vinculación.

Los puntos definidos anteriormente se deberán diagnosticar, resolver, compensar y definir para a su vez ir preparando el documento final, en este caso el contrato final, el cual nos dará mayor certeza y claridad en cuanto a las responsabilidades y obligaciones de las partes pero sobre todo certeza jurídica y respaldo legal para las partes inmiscuidas en la alianza.

El contrato final esta compuesto de los siguientes puntos:

1. Tipo jurídico y firma organizativa.
2. Objetivos sociales.
3. Nombre de la asociación.
4. Tareas a las que se dedicara la asociación.
5. Localización de las actividades.
6. Capital inicial.
7. Participación de las partes.
8. Obligaciones, responsabilidades, facultades, derechos de los socios y aportes que se pretenden realizar.
9. Sistema administrativo y de control de la sociedad.
10. El o los mercados que serán atendidos.
11. Personal que se hará cargo del proyecto.
12. Tecnología a utilizar.
13. El aprovisionamiento de insumos.
14. Régimen de solución de controversias con indicación del derecho con el que se regirán, de ser preciso.

Segundo entregable propuestas de innovación , convenio de asociación

El cáncer infantil en México

Marco teórico de la situación actual del cáncer infantil en México.

1. El cáncer infantil es un problema de salud pública en el país, al ser la principal causa de muerte por enfermedad entre 5 y 14 años de edad, causando más de 2,000 muertes anuales.
2. Se diagnostican 5,000 casos nuevos y 18,000 casos subsecuentes al año.
3. Estos 23,000 casos anuales se tratan en 54 unidades médicas acreditadas por la Secretaría de Salud y 11 unidades más del resto del sistema (IMSS, ISSSTE, PEMEX, SEDENA, SEMAR)
4. Existen actualmente en el país 165 oncólogos, 35 hematólogos, 35 cirujanos, 10 radioterapeutas y 5 psico-oncólogos especializados en el tratamiento del cáncer infantil.
5. Sólo el 5% de los casos de cáncer ocurren en menores de 18 años de edad.
6. 176,000 niños son diagnosticados con cáncer al año en todo el mundo. De ellos, aproximadamente 90,000 mueren.
7. De acuerdo a la OMS, se estima que por cada niño que no sobrevive al cáncer, se pierden en promedio 70 años de vida productiva.
8. En el mundo desarrollado, el 80% de los niños diagnosticados con cáncer se van a curar.
9. el 80% de los casos ocurren en países en vías de desarrollo, donde la expectativa de sobrevivida es mucho menor (hasta de 20% en promedio).
10. En México, la supervivencia global estimada a cinco años para todos los tipos de cáncer en menores de edad, es del 50%
11. Aproximadamente el 70% de los casos en el país son diagnosticados en etapas avanzadas de la enfermedad. Esto limita la posibilidad de sobrevivir e implica tiempos de atención más prolongados y tratamientos más sofisticados, costosos y menos eficaces, lo que incrementa considerablemente los costos de atención.
12. Desde que la Comisión Nacional de Protección Social en Salud inicia el Fondo de Protección Contra Gastos Catastróficos, el índice de abandono al tratamiento ha disminuido del 30% en 2005, a un 7% actualmente.
13. El Seguro Popular financia más de 2, 500 casos nuevos de cáncer en menores de 18 años.

¿Cómo tener impacto a 5 años en el cáncer pediátrico?

1. Asegurarse que los descubrimientos científicos de la investigación sean **trasladados** en avances preventivos, detección y tratamiento del cáncer.
2. Esta estrategia nos lleva a conocer nuevas áreas importantes como la **detección temprana** y fortaleciendo la epidemiología y la elaboración de nuevos medicamentos.
3. Abarcar las **áreas clave** de las necesidades médicas no satisfechas y la investigación.

Propuesta

1. **Investigación** para mejorar en entendimiento del cáncer y descubrir como se puede prevenir, diagnosticar y tratar.
2. Mejorar la **calidad de vida** de todos los pacientes con cáncer.
3. Ayudar a **que la población entienda** el cáncer, el progreso que estamos logrando y las decisiones que cada persona debe tomar.
4. **Trabajar en conjunto** con múltiples organizaciones para alcanzar en mayor impacto para luchar contra el cáncer.

Misión

1. Aumentar la capacidad de **reconocer y tratar** a los niños y adolescentes con cáncer en México a través de la formación de médicos, enfermeras, farmacéuticos y trabajadores sociales.
2. Aumentar las **tasas de supervivencia** para los niños con cáncer curable
3. Mejorar la capacidad de diagnóstico.
4. Mejorar la atención, apoyo y control de infecciones.
5. Introducir los **cuidados paliativos** para todos los pacientes, especialmente aquellos con enfermedad incurable.
6. Ayudar a establecer un suministro suficiente de **medicamentos** esenciales de quimioterapia para evitar la interrupción del tratamiento.
7. Proporcionar un mecanismo de apoyo a la familia para **disminuir la tasa de abandono del tratamiento.**

Visión

1. La población sabrá como **reducir los factores de riesgo** para desarrollar cáncer.
2. El cáncer se diagnosticará en **estadios tempranos**
3. Entenderemos las **causas y el desarrollo** el cáncer
4. Habrá mejores **tratamientos**, con menos efectos secundarios.

5. Más niños **sobrevivirán** el cáncer.
6. Nos enfocaremos en especialmente el la **detección de las comunidades con más bajos recursos**.
7. Las personas con cáncer deben de tener **acceso a la información** necesaria.

Los objetivos de generar múltiples alianzas estratégicas son los siguientes:

8. Aumentar la **tasa de supervivencia** para los niños con cáncer.
9. Contar con grupos de **expertos** especializados en la **atención integral**, científica y humana de los niños, trabajando en **centros de excelencia** y tecnología de vanguardia.
10. **Grupos de trabajo regionales de alta especialidad.**
11. Mejorar la capacidad de diagnóstico.
12. Mejorar la atención, apoyo y control de infecciones.
13. Introducir los **cuidados paliativos** para todos los pacientes.
14. Ayudar a establecer un suministro suficiente de **insumos y medicamentos** esenciales de quimioterapia para evitar la interrupción del tratamiento.
15. Proporcionar un mecanismo de apoyo a las familias para **mantener baja la tasa de abandono al tratamiento.**
16. Llevar a cabo **investigación** clínica y científica para generar **conocimiento** que ayude a **mejorar la atención** de niños con cáncer en el mundo en vías de desarrollo.

Visión

Visión a partir de la cual está articulada la Alianza Estratégica (solución de problemas, reducción de costos, diferenciación de productos y procesos, aumento del valor agregado, mejoras tecnológicas incrementales, desarrollo de ventajas competitivas, nuevos productos, liderazgo a través de la innovación, elevación de la competitividad y/o productividad de los participantes, creación de empleos de calidad).

1. Una población educada que sabrá como **reducir los factores de riesgo** para desarrollar cáncer, adoptando estilos de vida saludable inculcados durante la infancia y adolescencia.
2. El cáncer se diagnosticará en **estadios tempranos**.
3. Entenderemos las **causas y el desarrollo** el cáncer .
4. Habrá mejores **tratamientos**, con menos efectos secundarios.
5. Más niños **sobrevivirán** el cáncer.

6. Nos enfocaremos en especialmente el la **detección de las comunidades con más bajos recursos.**

Tercer entregable : materiales y planes.

Plan universitario y plan educativo escuelas, personal de la salud y organizaciones no gubernamentales.

Contenidos Educativos Digitales: Se refiere a todo tipo de material que tiene una intencionalidad y finalidad enmarcada en una acción educativa que puede ser de orden pedagógico - didáctico.

Convenio de Asociación: Es el documento jurídico por medio del cual el gobierno y la ALIANZA se comprometen mutuamente a desarrollar el objetivo en común.

Aliados

Identificación de probables aliados que tienen objetivos en común con el CeNSIA que comparten valores y metas.

AMANC

Casa de la Amistad

UNAC

Aquí Nadie se rinde

INADEM

Campus Party

CEMEFI

Fundación Rio Arronte

Fundación Carlos Slim

Proyectos

Proyectos realizados se incluyen minutas en anexo:

Propuesta para realizar una federación y/o red llamada red del cáncer infantil en México.

Metodología: Se propone la red con marco teórico sustentado en un trabajo previo ya conocido de CEMEFI el cual engloba una red contra el cáncer , sin embargo no tienen un apartado para cáncer infantil exclusivamente.

CEMEFI acepta y apoya el proyecto, se ofrecen reuniones mensuales en su localidad para contribuir e intercambiar ideas para la creación de la RED.

Se propone la ayuda del CEMEFI en una reunión con las ONG's que participan en el consejo (AMANC, Casa De La Amistad, Aquí Nadie Se Rinde y UNAC)

Las ONG'S aceptan proyecto para realizar un proyecto anual en común y crear un RED que permita la difusión de información e unir esfuerzos mediante la participación equitativa. Sin embargo niegan el trabajo en conjunto con CEMEFI. Durante una reunión se fijan metas a corto plazo para iniciar el proyecto y apoyar los proyectos que esta generando el CENSIA.

Reto VS Cáncer Infantil

Mediante la participación de Campus Party y el INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor) se lanza un reto abierto a la participación de la población Mexicana para la toma de decisiones en conjunto con el CENSIA, Este reto consiste en general el diseño de una aplicación móvil que permita un diagnóstico oportuna , a través de la nueva reforma de datos abiertos e internet en plazas públicas, dónde el médico y el paciente puedan descargar una aplicación que sea funcional en donde se le permita al paciente estar al tanto de los signos y síntomas de alarma, clínicas de atención, hospitales de especialidad y al médico tener actualizaciones sobre en manejo del cáncer (ej-. Esquema de vacunación) , contacto con una red de médico especialistas que puedan ayudar al médico pasante de pregrado a la toma de decisiones en casos de sospecha de cáncer infantil y un diagnóstico oportuno así como la referencia temprana a un centro de alta especialidad.

Se consigue por parte de la Secretaría de economía un donativo de 20,000 pesos mexicanos para premiar al mejor diseño (no programación) del reto y el beneficio de compartir los datos de los finalistas con empresas interesadas en el desarrollo del proyecto para futuras licitaciones.

Facebook otorga un donativo para la difusión del proyecto.

Los finalistas de presentaran el 15 de Febrero de 2015 , el día internacional del cáncer infantil.

Apoyo económico futuros proyectos que se dediquen al tratamiento del cáncer infantil en México por parte de la fundación Río Arronte.

La fundación Río Arronte desarrolla un particular interés por unirse a la causa para tratar cáncer infantil , por lo que se les hace una presentación sobre el estado actual con información del CENSIA.

Posteriormente valoran cómo pueden apoyar y se llega al acuerdo que van a patrocinar a proyectos prometedores a futuro a partir del 2015 a realizar modelos de atención temprana y de calidad para niños contra el cáncer infantil.

Se integra en el CONACIA contacto para Wellness .

En la reunión del 2014 se inicia con el proyecto de Wellness , cuidado de la salud para aquellos que integran el CONACIA , como proyecto piloto inicial , el cuál tuvo un éxito rotundo.

El Ing. Arie Shwartzman impartió múltiples pláticas durante el CONACIA para , motivar, integrar y hacer consciente al equipo de todos los estados sobre la importancia de su Salud como prioridad. Se realizaron actividades grupales, pláticas motivacionales con metodología científica comprobada, para obtener un mejor rendimiento y desarrollo a futuro para el trabajo en equipo inscripción a un portal el cuál da seguimiento a estos conceptos .

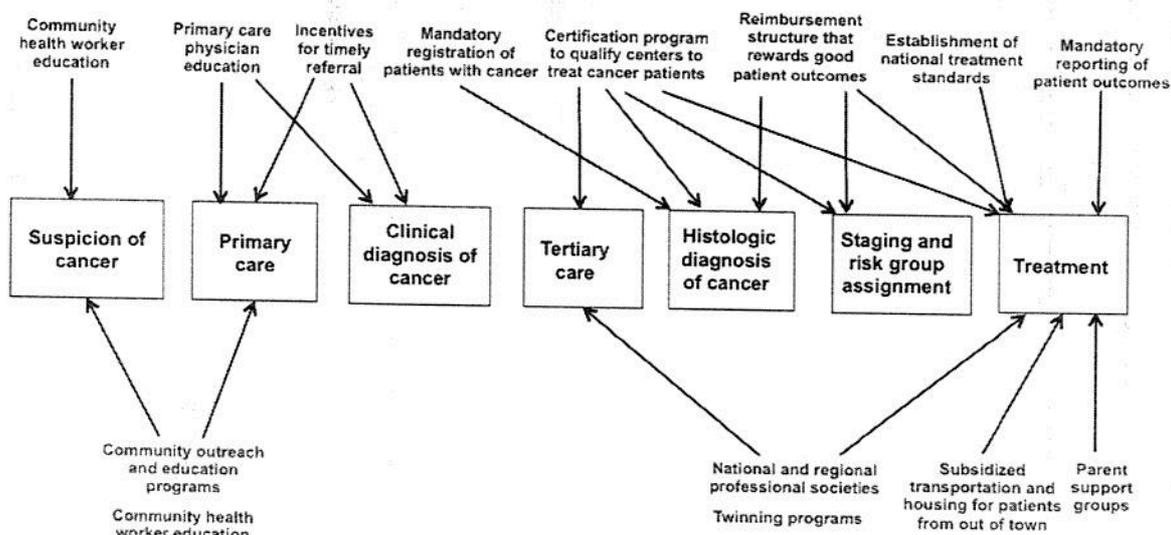
Vinculación con otras instituciones públicas, privadas y con organismos

Grupos blanco: Población en general, personal de la salud, padres de familia, niños y niñas, comunicadores, tomadores de decisiones.

Plan nacional Información epidemiológica Evidencia científica Criterios y guías internacionales Guías clínicas Análisis de información en medios impresos Preguntas frecuentes	Materiales promocionales Materiales para: diversos entornos, grupos objetivo de la población.) Spots de TV, radio y video. Lineamientos y recomendaciones de prevención y control. Talleres comunitarios.
--	---

Cuarto entregable : modelo .

Top-down – government and international organization activities



Bottom up – grass roots and non-governmental organizational activities

Imagen obtenida de : Gupta S, Rivera-Luna R, Ribeiro RC, Howard SC (2014) Pediatric Oncology as the Next Global Child Health Priority: The Need for National Childhood Cancer Strategies in Low- and Middle-Income Countries. PLoS Med 11(6): e1001656. doi:10.1371/journal.pmed.1001656

En este análisis exhaustivo hecho por una serie de expertos en dónde aparece México en repetidas ocasiones se dan las siguientes recomendaciones para el desarrollo de estrategias que:

- Las Estrategias nacionales de cáncer infantil deben ser diseñados e implementados como componentes clave.
- La aplicación y el impacto de las estrategias nacionales existentes deben ser evaluados ; nuevas estrategias nacionales deben incluir un componente de evaluación .
- Se necesitan más datos sobre el costo y la rentabilidad de este tipo de estrategias
- Se requiere de políticas de salud y economía de la salud investigación para determinar cómo adaptar mejor estas recomendaciones para tener en cuenta los desafíos adicionales.

Alianza estratégica

PRIMER ENTREGABLE

Introducción

“Una alianza es una relación de colaboración entre dos o más entidades dirigida a compartir activos y recursos complementarios para crear y aumentar valor para sus clientes y sus propias organizaciones, valor que no podría ser conseguido independientemente” (Definición de la ASAP) (1)

Marco teórico

El cáncer infantil en México

Marco teórico de la situación actual del cáncer infantil en México.

- El cáncer infantil es un problema de salud pública en el país, al ser la principal causa de muerte por enfermedad entre 5 y 14 años de edad, causando más de 2,000 muertes anuales.
- Se diagnostican 5,000 casos nuevos y 18,000 casos subsecuentes al año.

- Estos 23,000 casos anuales se tratan en 55 unidades médicas acreditadas por la Secretaría de Salud y 28 unidades más del resto del sistema (IMSS (17), ISSSTE (8), PEMEX (1), SEDENA (1), SEMAR (1))
- Existen actualmente en el país 165 oncólogos, 35 hematólogos, 35 cirujanos oncólogos, 10 radioterapeutas y 5 psico-oncólogos especializados en el tratamiento del cáncer infantil.
- Sólo el 5% de los casos de cáncer ocurren en menores de 18 años de edad.
- 176,000 niños son diagnosticados con cáncer al año en todo el mundo. De ellos, aproximadamente 90,000 mueren.
- De acuerdo a la OMS, se estima que por cada niño que no sobrevive al cáncer, se pierden en promedio 70 años de vida productiva.
- En el mundo desarrollado, el 80% de los niños diagnosticados con cáncer se van a curar.
- el 80% de los casos ocurren en países en vías de desarrollo, donde la expectativa de sobrevivida es mucho menor (hasta de 20% en promedio).
- En México, la supervivencia global estimada a cinco años para todos los tipos de cáncer en menores de edad, es del 53%
- Aproximadamente el 75% de los casos en el país son diagnosticados en etapas avanzadas de la enfermedad. Esto limita la posibilidad de sobrevivir e implica tiempos de atención más prolongados y tratamientos más sofisticados, costosos y menos eficaces, lo que incrementa considerablemente la mortalidad y los costos de atención.
- Desde que la Comisión Nacional de Protección Social en Salud inicia el Fondo de Protección Contra Gastos Catastróficos, el índice de abandono al tratamiento ha disminuido del 30% en 2005, a un 7% actualmente.
- El Seguro Popular financia cerca de 3,000 casos nuevos de cáncer en menores de 18 años.

¿Cómo tener impacto a 5 años en el cáncer pediátrico?

- Asegurarse que los descubrimientos científicos de la investigación sean **trasladados** en avances preventivos, detección, tratamiento y seguimiento del cáncer.
- Esta estrategia nos lleva a conocer nuevas áreas importantes como la **detección temprana** y fortaleciendo la epidemiología y la elaboración de nuevos medicamentos y estrategias de atención.
- Abarcar las **áreas clave** de las necesidades médicas no satisfechas, la investigación y la formación y capacitación continua de recursos humanos.

Propuesta

- **Investigación** para mejorar el entendimiento del cáncer y descubrir como se puede prevenir, diagnosticar oportunamente y tratar de manera eficaz.
- Mejorar la **calidad de vida** de todos los pacientes con cáncer y sus familiares.
- Ayudar a **que la población entienda** el cáncer, el progreso que estamos logrando y las decisiones que cada persona debe tomar.
- **Trabajar en conjunto** con múltiples organizaciones para alcanzar en mayor impacto en la lucha contra el cáncer.

Misión

1. Aumentar la capacidad de **reconocer y tratar** a los niños y adolescentes con cáncer en México a través de la formación de recursos humanos (médicos, enfermeras, psicólogos, farmacéuticos y trabajadores sociales)
2. Aumentar la **tasa de supervivencia** para los niños con cáncer curable
3. Mejorar la capacidad de diagnóstico temprano

4. Mejorar la atención, apoyo y control de infecciones.
5. Introducir los **cuidados paliativos** para todos los pacientes, especialmente aquellos con enfermedad incurable.
6. Ayudar a establecer un suministro suficiente y efectivo de **medicamentos** esenciales de quimioterapia y soporte para evitar la interrupción del tratamiento.
7. Proporcionar un mecanismo de apoyo a la familia para **disminuir la tasa de abandono del tratamiento** y los problemas familiares y sociales asociados a la enfermedad.

Visión

- La población sabrá como **reducir los factores de riesgo** para desarrollar cáncer.
- El cáncer se diagnosticará en **estadios tempranos**
- Entenderemos las **causas y el desarrollo** el cáncer
- Habrá mejores **tratamientos**, más efectivos y con menos efectos secundarios.
- Más niños **sobrevivirán** el cáncer.
- Nos enfocaremos en especialmente el la **detección de las comunidades con más bajos recursos.**
- Las personas con cáncer deben de tener **acceso a la información** necesaria.

Los objetivos de generar múltiples alianzas estratégicas son los siguientes:

8. Aumentar la **tasa de supervivencia** para los niños con cáncer.
9. Contar con grupos de **expertos** especializados en la **atención integral**, científica y humana de los niños, trabajando en **centros de excelencia** y tecnología de vanguardia.

10. **Grupos de trabajo regionales de alta especialidad.**
11. Mejorar la capacidad de diagnóstico.
12. Mejorar la atención, apoyo y control de infecciones.
13. Introducir los **cuidados paliativos** para todos los pacientes.
14. Ayudar a establecer un suministro suficiente de **insumos y medicamentos** esenciales de quimioterapia y soporte para evitar la interrupción del tratamiento.
15. Proporcionar un mecanismo de apoyo a las familias para **mantener baja la tasa de abandono al tratamiento** y las consecuencias familiares y sociales del padecimiento.
16. Llevar a cabo **investigación** clínica, epidemiológica y científica para generar **conocimiento** que ayude a **mejorar la atención** de niños con cáncer en el mundo en vías de desarrollo.

Visión

Visión a partir de la cual está articulada la Alianza Estratégica (solución de problemas, reducción de costos, diferenciación de productos y procesos, aumento del valor agregado, mejoras tecnológicas incrementales, desarrollo de ventajas competitivas, nuevos productos, liderazgo a través de la innovación, elevación de la competitividad y/o productividad de los participantes, creación de empleos de calidad).

- Una población educada que sabrá como **reducir los factores de riesgo** para desarrollar cáncer, adoptando estilos de vida saludable inculcados durante la infancia y adolescencia.
- El cáncer se diagnosticará en **estadios tempranos**.
- Entenderemos las **causas y el desarrollo** del cáncer .
- Habrá mejores **tratamientos**, con menos efectos secundarios.

- Más niños **sobrevivirán** el cáncer.
- Nos enfocaremos en especialmente el la **detección de las comunidades con más bajos recursos.**

Entornos: Vivienda, escuela, centros de salud, lugares públicos.

Plan universitario y plan educativo escuelas, personal de la salud y organizaciones no gubernamentales.

Contenidos Educativos Digitales: Se refiere a todo tipo de material que tiene una intencionalidad y finalidad enmarcada en una acción educativa que puede ser de orden pedagógico - didáctico.

Convenio de Asociación: Es el documento jurídico por medio del cual el gobierno y la ALIANZA se comprometen mutuamente a desarrollar el objetivo en común.

Aliados

Identificación de probables aliados que tienen objetivos en común con el CeNSIA que comparten valores y metas.

- AMANC
- Casa de la Amistad
- UNAC
- Aquí Nadie se rinde
- INADEM
- Campus Party
- CEMEFI
- Fundación Rio Arronte

Proyectos

Proyectos realizados se incluyen minutas en anexo:

1. Propuesta para realizar una federación y/o red llamada red del cáncer infantil en México.

- a. Metodología: Se propone la red con marco teórico sustentado en un trabajo previo ya conocido de CEMEFI, el cual engloba una red contra el cáncer pero que sin embargo, no tienen un apartado para cáncer infantil exclusivamente.
- b. CEMEFI acepta y apoya el proyecto, se ofrecen reuniones mensuales para contribuir e intercambiar ideas para la creación de la RED.
- c. Se propone la ayuda del CEMEFI en una reunión con las ONG que participan en el consejo (AMANC, Casa De La Amistad, Aquí Nadie Se Rinde y UNAC)
- d. Las ONG aceptan la propuesta de realizar un proyecto anual en común y crear un RED que permita la difusión de información e unir esfuerzos mediante la participación equitativa. Sin embargo niegan el trabajo en conjunto con CEMEFI.
- e. Durante una reunión se fijan metas a corto plazo para iniciar el proyecto y apoyar los proyectos que esta generando el CENSIA. Se inicia con labores conjuntas de posicionamiento del lazo dorado y generación de conciencia social para el próximo día internacional del cáncer infantil el 15 de febrero de 2015.

2. Reto VS Cáncer Infantil

- a. Mediante la participación de Campus Party y el INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor) de la Secretaría de Economía, se lanza un reto abierto a la participación de la población mexicana, para tomar decisiones en conjunto con CENSIA. Este reto consiste en diseñar una aplicación móvil que permita el diagnóstico temprano del cáncer infantil, a través de la nueva reforma de datos abiertos e internet en

plazas públicas, escuelas y hospitales del país, dónde el médico y el paciente puedan descargar una aplicación funcional que le permita al paciente estar al tanto de los signos y síntomas de sospecha, unidades acreditadas para la atención y soporte para tomar decisiones que ayuden a mejorar la atención que sus hijos reciben, así como de las organizaciones sociales que brindan apoyo a la causa. Al médico le permita mantenerse actualizado sobre en diagnóstico y tratamiento integral del cáncer y sus medidas de soporte, así como apoyo social e institucional (ej-. Esquema de vacunación, unidades en su región, referencia de pacientes y apoyo en el diagnóstico temprano), contacto con una red de médicos especialistas que den soporte al médico pasante de pregrado para la toma de decisiones en casos sospechosos de cáncer infantil para lograr un diagnóstico temprano así como la referencia oportuna a un centro acreditado y de alta especialidad.

- b. Se consigue por parte de la Secretaría de Economía un donativo de 20,000 pesos mexicanos para premiar al mejor diseño (no programación ni logaritmo) de la aplicación del reto y el beneficio de compartir los datos de los finalistas con empresas desarrolladoras de software e interesadas en el desarrollo del proyecto para futuras licitaciones.
- c. Facebook otorga un donativo para la difusión del proyecto.
- d. Los finalistas de presentaran el 27 de Febrero de 2015, como parte de la conmemoración del día internacional del cáncer infantil.

3. Apoyo económico y desarrollo de futuros proyectos que se dediquen al tratamiento del cáncer infantil en México por parte de la fundación Río Arronte.

- a. La fundación Río Arronte desarrolla un particular interés por unirse a la causa para tratar cáncer infantil, por lo que se les hace una presentación sobre el estado actual con información del CENSIA.
- b. Se llega al acuerdo que van a patrocinar a proyectos prometedores a futuro a partir del 2015, para a realizar modelos de atención

temprana y de calidad para niños contra el cáncer infantil, así como proyectos educativos, de difusión social y formación de recursos humanos. Próxima reunión con el patronato de la fundación en enero de 2015.

4. Se integra en el Programa de Cáncer un proyecto de bienestar (Wellness) para todos los responsables del programa en la federación y los estados.

- a. En la reunión del 2014 se inicia con el proyecto de Wellness, cuidado de la salud para aquellos que integran el Programa, como proyecto piloto inicial, el cuál tuvo un éxito rotundo.
- b. El Ing. Arie Shwartzman impartió múltiples pláticas durante la Reunión Nacional de Enfermeras y Responsables del Programa para motivar, integrar y hacer consciente al equipo de sobre la importancia de la propia salud como prioridad. Se realizaron actividades grupales, pláticas motivacionales con metodología científica comprobada, para obtener un mejor rendimiento y desarrollo a futuro para el trabajo en equipo así como la inscripción a un portal digital que da seguimiento a estos conceptos y fortalece la participación y apoyo al personal.

Vinculación con otras instituciones públicas, privadas y con organismos

Grupos blanco: Población en general, personal de salud, padres de familia, niños y niñas, comunicadores, tomadores de decisiones.

<ul style="list-style-type: none">• Plan nacional• Información epidemiológica• Evidencia científica• Criterios y guías internacionales• Guías clínicas• Análisis de información• Preguntas frecuentes	<ul style="list-style-type: none">• Materiales promocionales• Materiales para: diversos entornos, grupos objetivo de la población.)• Spots de TV, radio y video.• Redes sociales• Lineamientos y recomendaciones de prevención y control.• Talleres comunitarios.
---	--

BIBLIOGRAFÍA

1. Association of Strategic Alliances Professionals. Available from: <http://www.strategic-alliances.org>.