



Fundación Banco de Alimentos Panamá

Campaña “Alimenta una Vida”

**Acuerdo entre la Cámara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO) y
Fundación Banco de Alimentos Panamá (BAP)**

Informe de los Auditores Independientes y Estados Financieros

Por el período comprendido desde el 1 de enero hasta el 30 de junio de 2021

**Campaña “Alimenta una Vida”
Acuerdo entre la Cámara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO) y
Fundación Banco de Alimentos de Panamá (BAP)**

CONTENIDO

INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES	I - III
---	---------

ESTADOS FINANCIEROS

Estado de Donaciones Recibidas y Desembolsos Efectuados	1
---	---

Estado de Inversiones Acumuladas para las Donaciones	2
--	---

Notas a los Estados Financieros	3 - 8
---------------------------------	-------

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Alcance la Campaña Alimenta una Vida a nivel Nacional	1
---	---

INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

Al Consejo de Síndicos de la
Campaña Alimenta una Vida (ALUVID)
Panamá, República de Panamá

Opinión

Hemos auditado el estado de donaciones recibidas y desembolsos efectuados y el estado de inversiones acumuladas para las donaciones de la Campaña Alimenta una Vida (la campaña) por el período comprendido desde 1 de enero hasta el 30 de junio de 2021, y las notas de los estados financieros, incluyendo un resumen de las políticas contables significativas.

En nuestra opinión, el estado de efectivo y desembolsos efectuados y el estado de inversiones acumuladas para las donaciones que se acompañan presentan razonablemente, en todos sus aspectos importantes, las donaciones recibidas y desembolsos efectuados de la Campaña Alimenta una Vida, por el período comprendido desde 1 de enero hasta el 30 de junio de 2021, de conformidad con el marco de referencia sobre la base de efectivo como se indica en la Nota 2.

Bases de la Opinión

Efectuamos nuestra auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría. Nuestras responsabilidades con base en esas normas se describen con más detalle en la sección Responsabilidades del Auditor en Relación con la Auditoría de los Estados Financieros de nuestro informe. Somos independientes de la Campaña de conformidad con el Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (Código de Ética del IESBA) junto con los requerimientos de ética, que son relevantes para nuestra auditoría de los estados financieros en la República de Panamá, y hemos cumplido con nuestras otras responsabilidades éticas de conformidad con estos requerimientos y con el Código de Ética del IESBA. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionar una base para nuestra opinión de auditoría.

Énfasis de Asunto

Sin calificar nuestra opinión, llamamos la atención la Nota 2, en los estados financieros, en la cual se menciona que estos estados financieros fueron preparados sobre la base contable de efectivo, la cual es una base contable distinta a la permitida por las Normas Internacionales de Información Financiera. Por lo tanto, los estados financieros que se acompañan no tienen como propósito presentar la posición financiera y flujos de efectivo del Proyecto de Conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera.

Al Consejo de Síndicos de la
Campaña Alimenta una Vida (ALUVID)
Panamá, República de Panamá

Otros Asuntos

Este informe fue preparado únicamente para el uso de la Fundación Banco de Alimentos Panamá (FBAP) y para el Consejo de Síndicos de la Campaña Alimenta una Vida (ALUVID) y no podrá ser utilizado para otros fines.

Responsabilidad de la Administración por los Estados Financieros

La Administración es responsable por la preparación y presentación razonable de estos estados financieros de conformidad con la base contable de ingresos y desembolsos de efectivo descrita en la Nota 2, esto incluye determinar que la base contable de ingresos y desembolsos de efectivo es una base aceptable para la preparación del estado financiero en las circunstancias del caso, y por el control interno que la Administración determine necesaria para permitir la preparación de estados financieros que estén libres de representación errónea de importancia relativa, ya sea debido a fraude o error.

En la preparación de los estados financieros, la Administración es responsable de evaluar la capacidad de la Campaña para continuar como un negocio en marcha, revelando, en su caso, los asuntos relativos a su continuidad como un negocio en marcha y utilizando la base de contabilidad de negocio en marcha, a menos que la Administración tenga la intención de liquidar la Campaña o de cesar operaciones, o no tiene otra alternativa más realista de hacerlo.

Responsabilidades del Auditor en Relación con la Auditoría de los Estados Financieros

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable sobre si los estados financieros en su conjunto están libres de representación errónea de importancia relativa, ya sea debido a fraude o error, y para emitir el informe de los auditores que incluye nuestra opinión. Seguridad razonable es un alto nivel de seguridad, pero no garantiza que una auditoría llevada a cabo de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría siempre detectará un error de importancia relativa, cuando éste exista. Los errores pueden surgir debido a fraude o error y son considerados de importancia relativa si, individualmente o en su conjunto, puede preverse razonablemente que influyen en las decisiones financieras que tomen los usuarios con base en estos estados financieros.

Al Consejo de Síndicos de la
Campaña Alimenta una Vida (ALUVID)
Panamá, República de Panamá

Como parte de una auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos un escepticismo profesional durante toda la auditoría. Nosotros también:

- Identificamos y evaluamos los riesgos de errores de importancia relativa en los estados financieros, ya sea debido a fraude o error, diseñamos y realizamos los procedimientos de auditoría para responder a esos riesgos; y obtuvimos evidencia de auditoría que sea suficiente y apropiada para proporcionar una base para nuestra opinión de auditoría. El riesgo de no detectar un error de importancia relativa debido a fraude es mayor que uno resultante de un error, ya que el fraude involucra colusión, falsificación, omisiones intencionales, manifestaciones intencionadamente erróneas, o la evasión del control interno.
- Obtuvimos un conocimiento del control interno relevante para la auditoría, con el fin de diseñar los procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Campaña.
- Evaluamos lo apropiado de las políticas contables utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por la Administración.
- Concluimos sobre lo apropiado del uso por parte de la Administración de la base de contabilidad de negocio en marcha y, con base en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos si existe o no una incertidumbre de importancia relativa con eventos o condiciones que puedan crear una duda importante sobre la capacidad de la Campaña para continuar como una entidad en marcha. Si concluimos que existe una incertidumbre de importancia relativa, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la información a revelar respectiva en los estados financieros; si dicha información a revelar no es adecuada o es insuficiente, se requiere modificar nuestra opinión.

Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, eventos o condiciones futuras pueden ser causa que la campaña deje de continuar como una entidad en marcha.

- Evaluamos la presentación en su conjunto, la estructura y el contenido de los estados financieros, incluyendo información revelada, y si los estados financieros representan las transacciones y eventos subyacentes de un modo que logren una presentación razonable.

Nos comunicamos con los encargados del Consejo de Síndicos de la Campaña en relación con, entre otros asuntos, el alcance y el momento de realización de la auditoría, y los hallazgos importantes de la auditoría, incluyendo cualquier deficiencia significativa del control interno que identifiquemos durante nuestra auditoría.



13 de enero de 2022.
Panamá, República de Panamá.

Campana Alimenta una Vida (ALUVID)
 Acuerdo entre la Camara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO)
 y Fundación Banco de Alimentos Panamá (BAP)

Estado de Donaciones Recibidas y Desembolsos Efectuados
 Por el periodo comprendido desde el 1 de enero hasta el 30 de junio de 2021
 (Cifras en Balboas)

	FASE ACUMULADA (ALIMENTA UNA VIDA) ACUMULADO DESDE EL 13 DE MARZO DE 2020 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020		FASE 10 (ALIMENTA UNA VIDA) ACUMULADO DESDE EL 1 DE ENERO AL 31 DE ENERO DEL 2021		FASE 11 (ALIMENTA UNA VIDA) ACUMULADO DESDE EL 1 DE FEBRERO AL 28 DE FEBRERO DE 2021		FASE 12 (ALIMENTA UNA VIDA) ACUMULADO DESDE EL 1 AL 31 DE MARZO DEL 2021		FASE 13 (ALIMENTA UNA VIDA) ACUMULADO DESDE EL 1 AL 30 DE ABRIL DE 2021		FASE 14 (ALIMENTA UNA VIDA) ACUMULADO DESDE EL 1 AL 31 DE MAYO DEL 2021		FASE 15 (ALIMENTA UNA VIDA) ACUMULADO DESDE EL 1 AL 30 DE JUNIO DEL 2021		ACUMULADO DE LA FASE 10 A LA FASE 15 DE LA CAMPAÑA		ACUMULADO DE LA CAMPAÑA			
	ALUVID	TOTAL	ALUVID	TOTAL	ALUVID	TOTAL	ALUVID	TOTAL	ALUVID	TOTAL	ALUVID	TOTAL	ALUVID	TOTAL	ALUVID	TOTAL	ALUVID	TOTAL		
Donaciones Recibidas:																				
Efectivo disponible al inicio				106,178		234,518		254,096		350,182		270,242		215,293		B/.	106,178			
Donaciones directas a cuentas bancarias	5,881,307	5,881,307	297,412	297,412	206,369	206,369	302,501	302,501	114,415	114,415	131,612	131,612	67,262	67,262	1,119,571	1,119,571	7,000,878	7,000,878		
Donaciones en especies	180,997	180,997	912	912	912	912	912	912	608	608	912	912	912	912	5,168	5,168	186,165	186,165		
Aportes virtuales	27,875	27,875	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27,875	27,875		
Otros	18,935	18,935	-	-	1	1	-	-	-	-	1	1	-	-	2	2	18,937	18,937		
Total de donaciones recibidas	6,109,114	6,109,114	298,324	404,502	207,282	441,800	303,413	557,509	115,023	465,205	132,525	402,767	68,174	283,467	1,124,741	1,230,919	7,233,855	7,233,855		
Desembolsos Efectuados:																				
Pagos para compra de productos con fines de donación para organizaciones benéficas y otros	5,929,163	5,929,163	169,049	169,049	185,222	185,222	204,897	204,897	191,876	191,876	186,773	186,773	183,256	183,256	1,121,073	1,121,073	7,050,236	7,050,236		
Pagos de otros servicios	73,773	73,773	935	935	2,482	2,482	2,430	2,430	3,087	3,087	701	701	891	891	10,526	10,526	84,299	84,299		
Desembolsos efectuados en el periodo	6,002,936	6,002,936	169,984	169,984	187,704	187,704	207,327	207,327	194,963	194,963	187,474	187,474	184,147	184,147	1,131,599	1,131,599	7,134,535	7,134,535		
Efectivo disponible:	B/.	106,178	B/.	234,518	B/.	254,096	B/.	350,182	-B/.	79,940	B/.	270,242	-B/.	54,949	B/.	215,293	-B/.	115,973	B/.	99,320

Campaña Alimenta una Vida (ALUVID)

Acuerdo entre la Camara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO)
y Fundación Banco de Alimentos Panamá (BAP)

Estado de Inversiones Acumuladas para las Donaciones

Por el período comprendido desde el 1 de enero hasta el 30 de junio de 2021

(Cifras en Balboas)

Fases de la Campaña				Fase 10	Fase 11	Fase12	Fase 13	Fase 14	Fase 15			
No.	Descripción de las Inversiones para las donaciones	PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA	ACUMULADO DESDE EL 13 DE MARZO DE 2020 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020	ACUMULADO DESDE EL 1 DE ENERO AL 31 DE ENERO DE 2021 ASOL	ACUMULADO DESDE EL 1 AL 28 DE FEBRERO DE 2021 ALUVID	ACUMULADO DESDE EL 1 DE MARZO AL 31 DE MARZO DE 2021 ALUVID	ACUMULADO DESDE EL 1 AL 30 DE ABRIL DE 2021 ALUVID	ACUMULADO DESDE EL 1 AL 31 DE MAYO DE 2021 ALUVID	ACUMULADO DESDE EL 1 AL 30 DE JUNIO DE 2021 ALUVID	MONTO EJECUTADO	PRESUPUESTO EXCEDIDO	
1	Donaciones realizadas	86%	3,870,000	5,407,253	164,519	162,855	201,468	185,068	141,914	178,947	6,442,024	(2,572,024)
2	Inventario disponible	1%	45,000	521,910	4,530	22,367	3,429	6,808	44,859	4,309	608,212	(563,212)
3	Servicios y honorarios	13%	585,000	73,773	935	2,482	2,430	3,087	701	891	84,299	500,701
TOTAL DE INVERSIÓN DE LA CAMPAÑA			4,500,000	6,002,936	169,984	187,704	207,327	194,963	187,474	184,147	7,134,535	(2,634,535)
Porcentaje de Ejecución			100%	133%	4%	4%	5%	4%	4%		159%	-59%

ASOL - Alimento Solidario

ALUVID - Alimenta una Vida

Campaña “Alimenta una Vida” Acuerdo entre la Cámara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO) y Fundación Banco de Alimentos Panamá (BAP)

Notas a los Estados Financieros

Por el período comprendido desde el 1 de enero hasta el 30 de junio de 2021

(Cifras en Dólares Estadounidenses)

1. Descripción de la Campaña

En diciembre de 2019 hubo un brote epidémico de neumonía de causa desconocida en Wuhan, provincia de Hubei, China. La Organización Mundial de la Salud anunció el 11 de febrero de 2020 que COVID-19 sería el nombre oficial de la enfermedad.

La rápida expansión de la enfermedad hizo que la Organización Mundial de la Salud, el 30 de enero de 2020, la declarara una emergencia sanitaria de preocupación internacional, basándose en el impacto que el virus podría tener en países subdesarrollados con menos infraestructuras sanitarias.

El 11 de marzo de 2020 la enfermedad se hallaba en más de 100 territorios a nivel mundial y fue reconocida como una pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Debido a la crisis sanitaria ocasionada por la pandemia COVID-19 surge la necesidad de abastecer de alimentos a los sectores más vulnerables del país durante la pandemia, iniciando así la campaña “Alimento Solidario” liderizada por la Fundación Banco de Alimentos Panamá.

Del 13 de marzo al 12 de abril de 2020, ante el estado de emergencia nacional por la COVID-19 y de forma paralela a la operación regular de la Fundación, se llevó a cabo la Campaña Alimento Solidario (ASOL) en alianza con la Cámara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO) con la finalidad de recaudar fondos para apoyar a los hogares, albergues y centros que brindan atención a la población infantil, adolescente, adulta mayor y con discapacidad, para abastecerlos de alimentos y artículos de higiene y limpieza a través de 180 organizaciones beneficiarias, entre las que se destacaron al menos 14 hogares de adultos mayores y 19 hogares que benefician a niños y adolescentes en diversas provincias del país.

Esta campaña surge como una respuesta del sector ante la pandemia producto de la COVID-19, para contribuir a atender las necesidades de alimentación de los beneficiarios de organizaciones benéficas.

A partir del 12 de abril de 2020, se decidió extender la Campaña bajo una segunda etapa denominada Alimenta una Vida (ALUVID), con el objetivo de proveer, mensualmente, el alimento necesario para más de 30,000 beneficiarios de 156 organizaciones sin fines de lucro, abarcando todo el territorio nacional. Inicialmente, esta segunda etapa de la Campaña ALUVID se había programado para abastecer a esta población vulnerable en 3 fases; es decir, por un periodo de 3 meses hasta julio de 2020. Sin embargo, como resultado de las generosas donaciones de miles de panameños y extranjeros que se han solidarizado e identificado con esta noble causa, se ha logrado extenderla tentativamente hasta fin de año, sujeto a la recaudación que se logre para cubrir los meses que faltan de noviembre y diciembre de 2020.

**Campaña “Alimenta una Vida”
Acuerdo entre la Cámara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO) y
Fundación Banco de Alimentos Panamá (BAP)**

**Notas a los Estados Financieros
Por el periodo comprendido desde el 1 de enero hasta el 30 de junio de 2021
(Cifras en Balboas)**

El Programa comprende la alianza de entidades que poseen la capacidad suficiente para adoptar el presente acuerdo de cooperación:

CAPADESO es una red de organizaciones no gubernamentales, sin fines de lucro que promueven el desarrollo social en Panamá. El objetivo principal para agremiar a estas organizaciones es el poder evidenciar sus aportes a la solución de problemáticas y visualizar ante la opinión pública la labor que se realiza a través de ellas. El valioso aporte tanto social como económico de estas organizaciones al país ha convertido en indispensable la necesidad de fortalecer este sector y fomentar las alianzas necesarias para poder incidir oportunamente en políticas públicas.

Los beneficiarios son personas en situación de vulnerabilidad, que venían siendo atendidas desde antes de la pandemia por estas organizaciones sin fines de lucro.

Las Entidades del acuerdo, se comprometen en trabajar en conjunto, para recaudar fondos para la campaña “Alimenta una Vida”. La meta es recaudar B/.1,500,000 al mes, para cubrir el costo de alimentar aproximadamente 30,000 personas mensualmente y se contemplaba que el programa tendría inicialmente una duración de 3 meses, por lo que requerirían recaudar un monto de B/.4.5 millones. Esta cifra se basa en las estimaciones de “The Global Food Banking Network” (que estima que una persona necesita 1 kilo (2,2 libras) de comida al día y, de acuerdo con estimaciones derivadas de los precios locales obtenidos de los productos que conforman la canasta de alimentos, esto tiene un costo de estimado de B/.50.00 por persona por mes.

Los alimentos los recibirán organizaciones sin fines de lucro de reconocida trayectoria por parte del BAP y de CAPADESO, las cuales, gracias a este aporte, podrán continuar su misión de atender y cuidar a sus beneficiarios, como lo han hecho por muchos años, en este momento de crisis.

Las organizaciones beneficiadas serán aquellas que son miembros de CAPADESO, beneficiarias del BAP o recomendadas por algún miembro de la junta directiva o de la membresía de ambas organizaciones. Las organizaciones que cumplan estas condiciones serán aprobadas por la Gerente General del BAP en conjunto con la presidenta de CAPADESO, de acuerdo con el orden de llegada de la solicitud y a la disponibilidad de los fondos recaudados.

Estos aportes para cubrir las necesidades de alimentación se podrán dar a las organizaciones beneficiarias en comida o de requerirlo en vales alimenticios para ser consumidos en supermercados.

La Fundación Banco de Alimentos Panamá y/o CAPADESO no tienen ninguna obligación con las organizaciones de enviarles alimentos sino se recaudan los fondos necesarios. Estos alimentos son donaciones unilaterales de la campaña y no existe ninguna obligación con las organizaciones ni con sus beneficiarios.

**Campaña “Alimenta una Vida”
Acuerdo entre la Cámara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO) y
Fundación Banco de Alimentos Panamá (BAP)**

**Notas a los Estados Financieros
Por el periodo comprendido desde el 1 de enero hasta el 30 de junio de 2021
(Cifras en Balboas)**

La distribución de alimentos podrá ser posible de acuerdo con el éxito de recaudación que se logre con la campaña. Los fondos recibidos en donación serán depositados en una cuenta bancaria destinada exclusivamente para la campaña.

La Fundación BAP presentará reportes de ingresos y egresos producto de esta campaña semanalmente al Comité Ejecutivo de la campaña.

La campaña “Alimenta una Vida” cuenta con el apoyo de los medios de comunicación como MEDCOM y TVN Media; además, de las redes sociales de ambas entidades del acuerdo. A su vez las entidades del acuerdo nombrarán voceros que serán los responsables de las entrevistas coordinadas con los distintos medios y espacios de comunicación interesados en dar a conocer esta campaña.

Las funciones del Comité Ejecutivo serán definir la estrategia de la campaña, aprobar el presupuesto y plan de compras, aprobar el contenido de la canasta alimenticia, dar seguimiento al programa de vales o bonos, dar seguimiento a las donaciones entrantes, aprobar el plan de ejecución de las donaciones de alimentos.

Este acuerdo tendrá una vigencia de seis (6) meses, al cabo de los cuales podrá prorrogarse por mutuo acuerdo y por escrito.

2. Principales políticas contables

Base de contabilidad de efectivo

Los estados financieros básicos se prepararon sobre la base de efectivo, el cual consiste en registrar los desembolsos en el momento en que se hace efectivo el pago y los fondos cuando se reciben. Esta práctica difiere de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), de acuerdo con las transacciones deben ser registradas a medida que se incurren y no cuando se pagan.

Unidad monetaria

Los estados financieros básicos la Campaña han sido preparados en (USD) Dólar de los Estados Unidos de América. La unidad monetaria de la República de Panamá es el balboa. El balboa está a la par y es de libre cambio con el dólar de los Estados Unidos de América y es convertible libremente.

**Campaña “Alimenta una Vida”
Acuerdo entre la Cámara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO) y
Fundación Banco de Alimentos Panamá (BAP)**

**Notas a los Estados Financieros
Por el periodo comprendido desde el 1 de enero hasta el 30 de junio de 2021
(Cifras en Balboas)**

3. Efectivo disponible

El efectivo disponible al 30 de junio, depositado en las cuentas bancarias de la Campaña, se detalla a continuación:

	Junio 2021
Banco General, S. A.	
Cuenta Corriente No.03-43-01-132692-9	93,020
Cuenta Corriente No.04-01-98-254665-5	<u>247</u>
	93,267
(1) Efectivo recibido en cuenta de Banco de Alimentos	<u>6,053</u>
	<u><u>99,320</u></u>

(1) Las donaciones para la campaña ALUVID acreditadas en la cuenta corriente operativa de la Fundación BAP No.03-43-01-118389-0 serán traspasadas a la cuenta corriente exclusiva de la Campaña ALUVID No.03-43-01-132692-9.

4. Inversiones de la Campaña

Las inversiones de la campaña para las donaciones, desde el 1 de enero al 30 de junio del 2021, se desglosan en las siguientes categorías de inversión:

	Junio 2021
Pagos para compra de productos con fines de donación para organizaciones benéficas y otros	1,121,073
Pago de otros servicios	<u>10,526</u>
	<u><u>1,131,599</u></u>

5. Conciliación entre el estado de donaciones recibidas y desembolsos efectuados y el estado de inversiones acumuladas para las donaciones

Los registros realizados en el Estado de Inversiones Acumuladas para las Donaciones, comparados con Estado de Donaciones Recibidas y Desembolsos Efectuados, no reflejan diferencia.

	Estado de donaciones recibidas	Estado de desembolsos efectuados	Estado de inversiones acumuladas para las donaciones
Saldo inicial	-	-	106,178
Del 1 al 31 de enero de 2021	298,324	(169,984)	234,518
Del 1 al 28 de febrero de 2021	207,282	(187,704)	254,096
Del 1 al 31 de marzo de 2021	303,413	(207,327)	350,182
Del 1 al 30 de abril de 2021	115,023	(194,963)	270,242
Del 1 al 31 de mayo de 2021	132,525	(187,474)	215,293
Del 1 al 30 de junio de 2021	<u>68,174</u>	<u>(184,147)</u>	<u>99,320</u>
	<u><u>1,124,741</u></u>	<u><u>(1,131,599)</u></u>	<u><u>99,320</u></u>

**Campaña “Alimenta una Vida”
Acuerdo entre la Cámara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO) y
Fundación Banco de Alimentos Panamá (BAP)**

**Notas a los Estados Financieros
Por el periodo comprendido desde el 1 de enero hasta el 30 de junio de 2021
(Cifras en Balboas)**

6. Alcance de la Campaña a Nivel Nacional

La campaña inició como “Alimento Solidario” liderizado por la Fundación Banco de Alimentos Panamá, cuya duración estaba programada hasta el 30 de abril de 2020. Posteriormente en alianza con CAPADESO se amplió el proyecto y se cambió su nombre a Alimenta una Vida, con una duración de tres (3) meses, luego se extendió por un período estimado de cinco (5) meses y con la llegada del 2021 se decidió extenderla hasta el 30 de junio de 2021 debido la alta demanda de alimentos producto de la situación económica que vivía el país como resultado de la crisis sanitaria.

La campaña tenía como objetivo lograr alimentar a nivel nacional aproximadamente 30,000 personas por mes en más de 150 organizaciones Beneficiarias en toda la República de Panamá (Ver información complementaria). A partir de enero de 2021 las bolsas de alimentos se redujeron debido a la disminución de las donaciones recibidas, logrando atender un promedio de 10,400 beneficiarios por mes, a través de aproximadamente 58 organizaciones aliadas en promedio.

7. Monto y oportunidad de los aportes

El monto aprobado para la campaña fue de B/.4,500,000 según el Acuerdo firmado entre la Cámara Panameña de Desarrollo Social y la Fundación Banco de Alimentos Panamá.

30 de junio de 2021

	Presupuesto de la campaña	Monto ejecutado	Presupuesto excedente	Ejecutado
Total	<u>4,500,000</u>	<u>7,134,535</u>	<u>(2,634,535)</u>	<u>159%</u>

**Campaña “Alimenta una Vida”
Acuerdo entre la Cámara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO) y
Fundación Banco de Alimentos Panamá (BAP)**

Notas a los Estados Financieros

Por el período comprendido desde el 1 de enero hasta el 30 de junio de 2021

(Cifras en Balboas)

8. Efectos de la pandemia causada por COVID-19

La Administración de la Campaña ha incluido este evento en su análisis de negocio en marcha y no se ha estimado un impacto significativo que pueda crear incertidumbre en relación con la continuidad de las operaciones, debido a que sus operaciones consisten principalmente en la recaudación y entrega de alimentos a los sectores más vulnerables de la población.

La campaña considera que producto de las actuales circunstancias producidas por el COVID-19, para el año 2021 sus operaciones no han sido afectada de forma significativa debido a los siguientes factores:

- La industria alimentaria ha sido una de las actividades esenciales que se ha mantenido operando desde que se declaró la situación de emergencia nacional por la COVID-19.
- Para el período 2021 no hubo restricciones de movilidad para el personal, proveedores, donantes, voluntarios y organizaciones beneficiarias que asisten presencialmente a las instalaciones de la Campaña.

**Campaña “Alimenta una Vida”
Acuerdo entre la Cámara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO) y
Fundación Banco de Alimentos Panamá (BAP)**

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Alcance de la Campaña Aluvid a nivel Nacional

Por el período comprendido desde el 1 de enero al 30 de junio de 2021

Provincia	Fase 9 - Aluvid		Fase 10 - Aluvid		Fase 11 - Aluvid	
	Enero		Febrero		Marzo	
	Personas beneficiadas	Organizaciones beneficiarias	Personas beneficiadas	Organizaciones beneficiarias	Personas beneficiadas	Organizaciones beneficiarias
Chiriquí	370	2	251	2	551	4
Coclé	200	1	200	1	200	1
Colón	975	6	975	6	1,075	7
Darién	1,000	2	1,000	2	1,000	2
Panamá	3,519	27	4,030	30	4,046	30
Panamá Este	550	3	550	3	550	3
Panamá Norte	500	1	500	1	500	1
Panamá Oeste	1,530	9	1,580	9	1,806	11
Veraguas	1,650	4	1,729	6	1,729	6
Total	10,294	55	10,815	60	11,457	65

Provincia	Fase 12 - Aluvid		Fase 13 - Aluvid		Fase 14 - Aluvid	
	Abril		Mayo		Junio	
	Personas beneficiadas	Organizaciones beneficiarias	Personas beneficiadas	Organizaciones beneficiarias	Personas beneficiadas	Organizaciones beneficiarias
Chiriquí	155	3	403	4	282	4
Coclé	100	1	100	1	100	1
Colón	1,025	7	1,025	7	1,025	7
Darién	1,000	2	1,000	2	1,000	2
Los Santos	-	-	75	1	75	1
Panamá	3,385	28	3,310	27	3310	27
Panamá Este	530	3	530	3	530	3
Panamá Norte	500	1	500	1	500	1
Panamá Oeste	1,680	11	1,680	11	1680	11
Veraguas	1,500	5	1,500	5	1500	5
Total	9,875	61	10,123	62	10,002	62

PARA MAYOR INFORMACIÓN:

Vidalina Candanedo

+507 279-9763
vcandanedo@bdo.com.pa

Esta publicación ha sido cuidadosamente preparada, pero ha sido redactada en términos generales y debe considerarse que contiene solo declaraciones generales. Esta publicación no se debe utilizar ni se debe usar para cubrir situaciones específicas y no debe actuar, o abstenerse de actuar, sobre la información contenida en esta publicación sin obtener asesoramiento profesional específico. Comuníquese con BDO para analizar estos asuntos en el contexto de sus circunstancias particulares. BDO, sus socios, empleados y agentes no aceptan ni asumen ninguna responsabilidad o deber de cuidado con respecto a cualquier uso o dependencia de esta publicación, y negarán toda responsabilidad por cualquier pérdida derivada de cualquier acción tomada o no. tomado o decisión tomada por cualquier persona que dependa de esta publicación o parte de ella. Cualquier uso de esta publicación o confianza en él para cualquier propósito o en cualquier contexto es, por lo tanto, bajo su propio riesgo, sin ningún derecho de recurso contra BDO o cualquiera de sus socios, empleados.

BDO Audit, BDO Tax, BDO Outsourcing y BDO Consulting, son sociedades anónimas panameñas, miembros de BDO International Limited, una compañía limitada por garantía del Reino Unido, y forma parte de la red internacional BDO de firmas miembros independientes.

BDO es la marca de la red BDO y de cada una de las Firmas miembro de BDO.
Copyright © ENERO 2022 BDO. Todos los derechos reservados. Publicado en Panamá.
www.bdo.com.pa