



**UNHCR
ACNUR**

Agência da ONU para Refugiados

Case ONU

24-27 ABR
TALIA RESORT & CONVENTION ATERRAJÁ

32º
CONGRESSO
FEHOSP



**SAÚDE
FILANTRÓPICA:**

ASSUMINDO PAPEL DE PROTAGONISTA,
CONSTRUINDO NOVAS POLÍTICAS

contexto

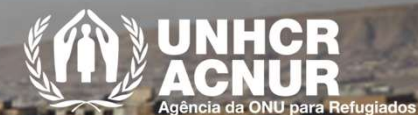
O que faria você deixar tudo para trás?

Colômbia. Venezuelanos arriscam a
vida em busca de ajuda.
©ACNUR/Vincent Tremeau

contexto

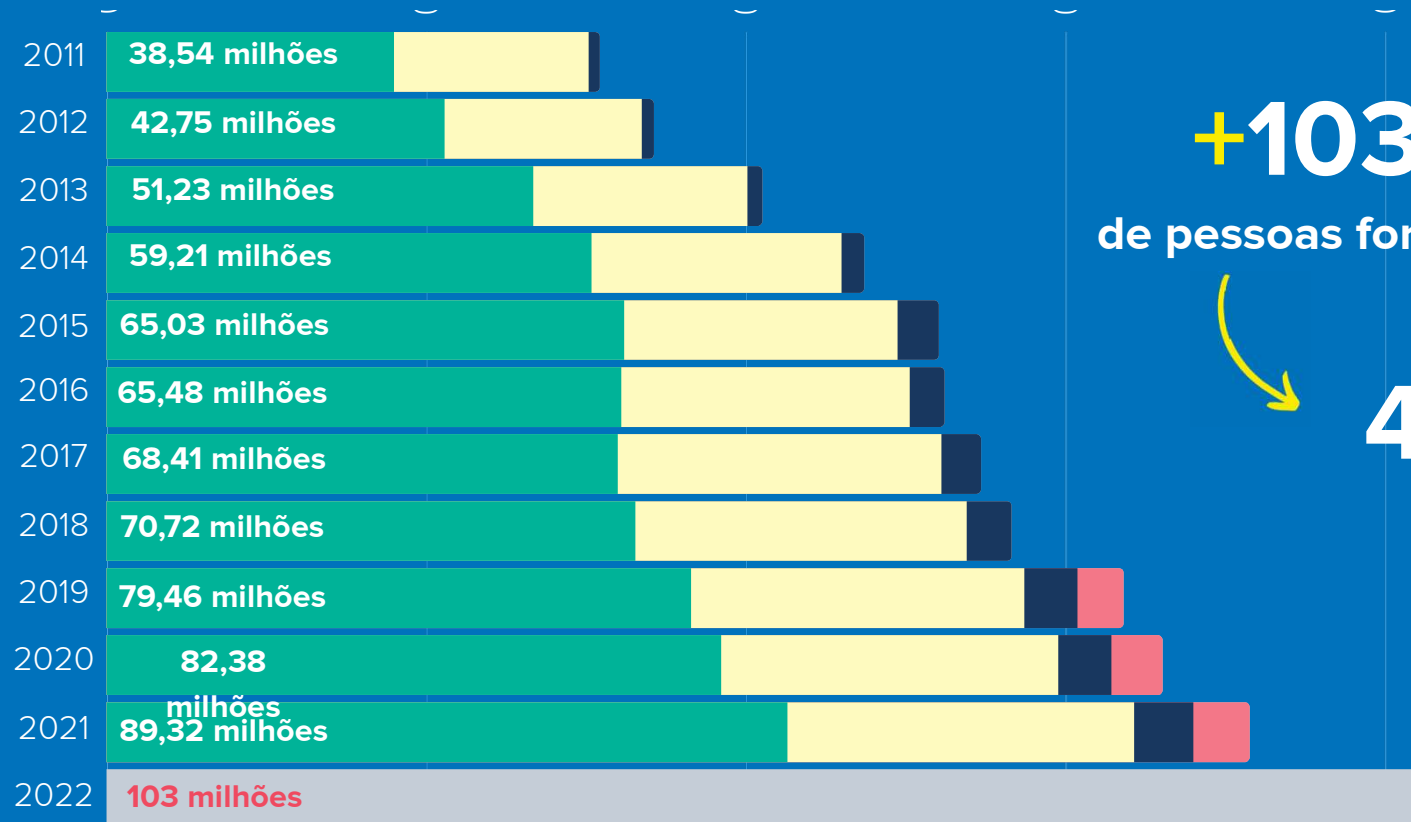
As pessoas são obrigadas a se deslocar de seus locais de origem por diferentes motivos, incluindo **guerras, conflitos, perseguições***, **violência generalizada e violações de direitos humanos.**

Afganistão. Famílias deslocadas enfrentam o frio e a escassez de alimentos em Cabul.
©ACNUR /Andrew McConnell



*Raça, religião, nacionalidade, grupo social ou opiniões políticas

Os números batem recorde ano após ano



+103 MILHÕES
de pessoas forçadas a se deslocar no mundo

*Outubro 2022

41% crianças & adolescentes

■ Deslocados internos
 ■ Refugiados
 ■ Venezuelanos deslocados
 ■ Solicitantes da condição de refugiado

Quem
somos



O ACNUR foi criado em 1950 para lidar com o fluxo de pessoas refugiadas após a Segunda Guerra Mundial. Diante de crises globais e conflitos persistentes, o ACNUR, agora com 17 mil funcionários, segue atuando em 134 países ao redor do mundo com uma única missão: proteger e ajudar milhões de pessoas a recomeçar suas vidas.

Afeganistão. ACNUR distribui pagamentos em dinheiro de inverno para famílias deslocadas em Cabul. © ACNUR/Andrew McConnell

Emergências

Cada minuto conta muito em uma situação de emergência. Entregamos assistência em até 72 horas em qualquer lugar do mundo.

Essa resposta extremamente eficiente em situações complexas é possível graças a nossa ampla presença global, com estoques de suprimentos emergenciais, rede de parceiros multilaterais e décadas de *expertise* em operações de campo.



Oferecemos proteção em todas as etapas da jornada das pessoas refugiadas

Proteger

Acesso ao país
Registro
Status legal
Apoio jurídico

Assistir

Abrigo
Kit socorro
Apoio financeiro
Auxílio com
necessidades
específicas

Empoderar

Advocacy
Engajamento
comunitário
Prevenção da
violência de
gênero

Inclusão

Solucionar

Educação
Capacitação
Trabalho
Geração de
renda





Assim como em outros países, **o ACNUR Brasil trabalha intensamente para oferecer proteção às pessoas refugiadas.** Atuamos em conjunto com autoridades nacionais e locais, organizações da sociedade civil e o **setor privado.** Esse trabalho de responsabilidade compartilhada se tornou **referência global de boas práticas.**

O que fazemos – Private Sector Partnership (PSP)

Propósito:

Maximizar o engajamento do ACNUR com o setor privado para mobilizar suporte e recursos para a causa do refúgio

Principais objetivos:

- 1 Assegurar contribuições financeiras do setor privado**
- 2 Engajar as pessoas para que apoiem a causa do refúgio**
- 3 Ampliar parcerias com empresas, fundações e filantropos**

Contexto – Como captamos recursos

Dois tipos principais de Captação de Recursos

Captação com Pessoas Físicas (IG) – 70% receita

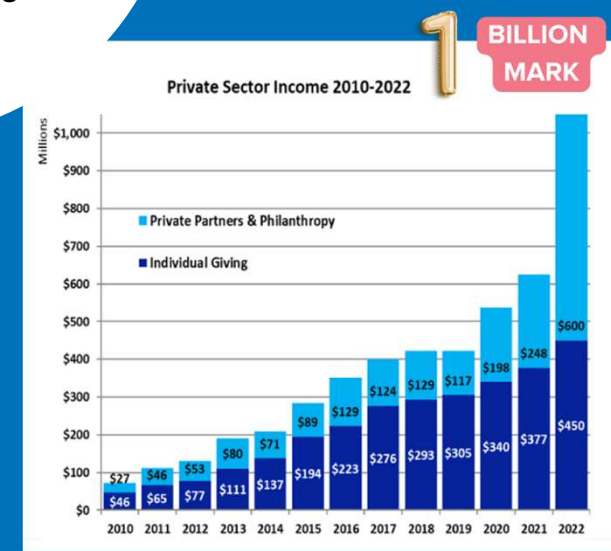
Captação com o grande público para assegurar apoio de pessoas físicas através de uma doação regular (mensal) ou única e irrestrita.

Captação com Parcerias e Filantropia (PPH) – 30% receita

Alavanca a capacidade do setor corporativo, fundações, filantropos e grandes doadores.



- Receita previsível, baixo risco
- Doações irrestritas
- Engajamento e conscientização do público com a causa
- Flexibilidade de estratégia



Case - Captação de Recursos IG e Emergências

- Este é o *nosso* trabalho: Em até 72 horas o ACNUR pode mobilizar mais de 300 funcionários treinados para dar suporte a até 600,000 pessoas em uma emergência em qualquer lugar do mundo.
- Emergências = Notícias
- Emergências são oportunidades de contar histórias de pessoas refugiadas, comunicar a incidência e mostrar o trabalho do ACNUR.
- Reconhecimento e construção de marca
- Oportunidade de arrecadar fundos rapidamente

“Captação de recursos é sobre pessoas e pessoas doam de acordo com o coração, mente e espírito”

Tony Elischer



Case - Captação de Recursos IG e Emergências

Fluxo de resposta de emergência – Protocolo de Emergência

Pre Green Light

HQ envia notificação sobre EM

Equipe IG inicia atividades preparatórias para lançamento

Green Light

HQ dá luz verde para atividades de captação com IG

Equipe IG finaliza materiais, pede aprovações e lança estratégia

Deployment

Monitoramento de performance diária

Lançamento nos canais de captação

Relatoria

| EMERGENCY – Post Green Light | | | | | | | | | |
|------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|---|--|----------------------------|-----------------------|---|----------|
| STEP | AREA | CHANNEL | TIME FRAME | ACTIVITY | TASK | OWNER | AUDIENCE | PREPARATION | POSTPARI |
| 6 | Donor Development | E-mail Marketing | Within 2 hours | Emergency E-mail #2 | Send an email to database | OO Associate / OO Intern | NG / SO / All Digital | Emergency e-mail template | |
| 7 | Donor Development | Telemarketing | Within 6 hours | Staff Communications and support requests | Any messages regarding the emergency F2Q development should be based off of Global Emergency Response Plan | OO Associate / Staff Staff | | Materials should be approved by ALL staff | |
| 8 | Acquisition | Digital Marketing | Within 4-6 hours | | Recover leads from email lists | | | | |

| PRE-EMERGENCY – Before Green Light | | | | | | | | | |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|----------------|--|---|------------------------------|--|-------------|---|
| STEP | AREA | CHANNEL | TIME FRAME | ACTIVITY | TASK | OWNER | AUDIENCE | PREPARATION | POSTPARI |
| 1 | Individual Donor | All | Immediate | Reading Materials | Read information already published about the emergency | OO TSAM | USP Global Team | | Pre-emptively launch with just the team |
| 2 | Acquisition | Digital Marketing | Within 2 hours | Capitalize Digital Agency | Make agency aware of the emergency to be prepared to launch campaign after Green Light | Acquisition Associate | Digital / Digital Media Agency | | CRM integration |
| 3 | Acquisition | Digital Marketing | Within 2 hours | SEM | Send to Digital Agency and/or set up SEM with search terms | Staff Acquisition / OO Other | Digital Media Agency | | Key messages to staff |
| 4 | Donor Development | Telemarketing | Within 2 hours | Staff Communications regarding Emergency | Make staff aware of the emergency so they are able to answer requests | OO Associate | TSAM Staff | | Key messages to staff |
| 5 | Donor Development | E-mail Marketing | Within 3 hours | Emergency E-mail #1 | Send an email to database announcing the emergency that F2Q 2. Provide a link to the e-mail approval | OO Associate / OO Other | Acquisition / Digital / SO / All Digital | | Pre-emptively launch with just the team |

Case - Captação de Recursos IG e Emergências

Dia 05 de fevereiro de 2023:

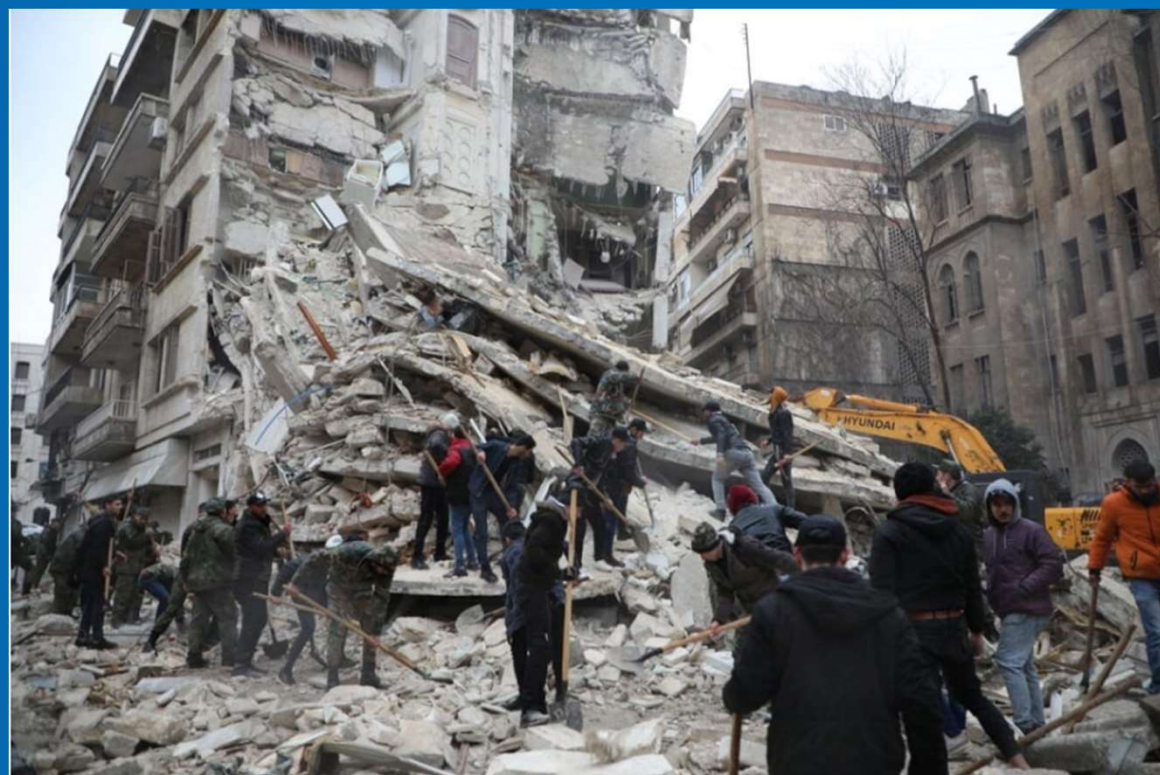
Um terremoto de magnitude 7,8 atingiu a Turquia e o noroeste da Síria.



Case - Captação de Recursos IG e Emergências

Protocolo de Emergência em ação:

| Data | Horário BR | Ações |
|-------|------------|---|
| 05/02 | 22h20 | Terremoto |
| 06/02 | 11h30 | 1º email notificação HQ |
| 06/02 | 16h | Landing page pronta |
| 06/02 | 18h | HQ Green Light |
| 07/02 | 02h | Ads upload: Fb, Yt, DV360, Search e E-mail mkt 1 |
| 07/02 | 10h | Campanha no ar! |
| 08/02 | 19h | Novos ads uploads |
| 09/02 | | Aumento de investimento na campanha, E-mail mkt 2 |
| 15/02 | | Novos ads upload, E-mail mkt 3 |
| 21/02 | | Queda das doações e redução de investimento |
| 02/03 | | Ads Facebook offline |



Equipes de resgate procuram sobreviventes nas ruínas de um prédio no bairro de Al-Aziziyeh, em Aleppo, Síria, onde famílias já deslocadas pela longa crise no país foram afetadas. © ACNUR/Hameed Maarouf



Case - Captação de Recursos IG e Emergências

Exemplos de criativos, e-mail mkt e página de doação



Manuela,

Tenho certeza que você tem acompanhado as notícias até agora. Dois poderosos terremotos atingiram grande parte do sudeste da Turquia e norte da Síria.

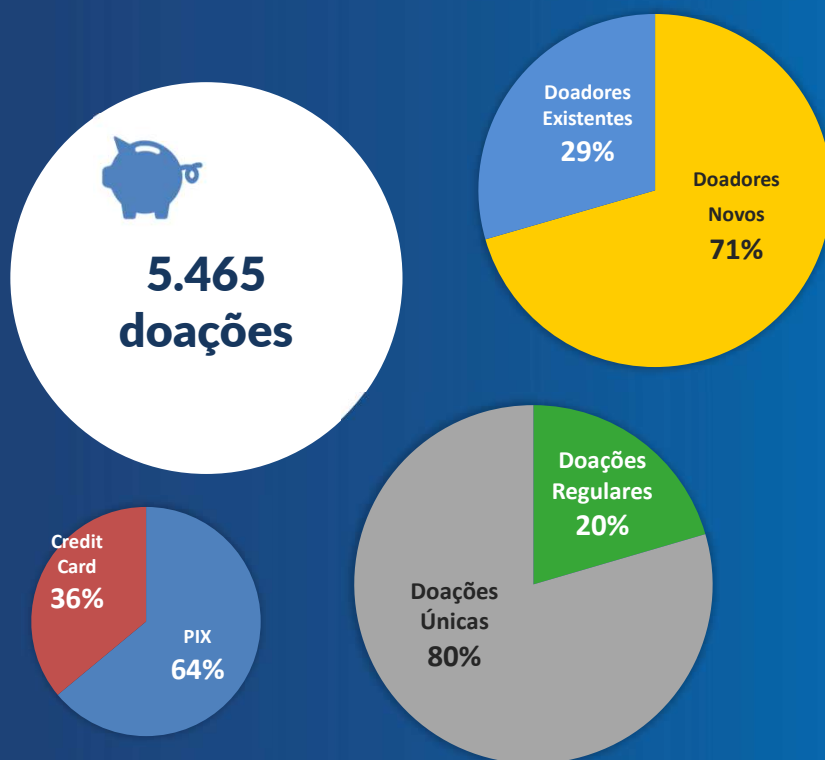
Pelo menos 2.600 pessoas já estão confirmadas mortas até ontem 6 de fevereiro, e a expectativa é que os números cresçam.

Muitos que perderam suas vidas e aqueles afetados pelo desastre, são sírios que tiveram de se deslocar de seu país de origem para viver em abrigos frágeis, acampamentos e em construções parcialmente destruídas. Nossos colegas nos contaram da grande devastação e que estão presentes na região com itens emergenciais de alívio.

DOE AGORA

Case - Captação de Recursos IG e Emergências

Resultados da Campanha



CPD: BRL 118
Annual. ROAS: 1,13

Donation per Medium Conversion

| | |
|--------------|------|
| Social media | 2868 |
| site | 982 |
| video | 538 |
| Email | 473 |
| (Blank) | 471 |
| display | 52 |
| Referral | 27 |
| Direct | 23 |
| PPC | 19 |
| Organic | 12 |

Our values - Private Sector Partnerships (PSP)





UNHCR
ACNUR

Agência da ONU para Refugiados



Manuela Holtz de Oliveira

Gerente de Captação de Recursos com Indivíduos
holtzdeo@unhcr.org

Private Sector Partnerships (PSP)

Casa da ONU – Av. Faria Lima, 1744/8º
CEP: 01451-910 – São Paulo/SP
www.unhcr.org | www.acnur.org.br