

# Kit de Herramientas de Movilización de Recursos

para Niñas, Mujeres jóvenes  
y Juventud trans



**Coordinación de la publicación:** Nevin Öztop.

**Autoría:** Lame Olebile, Shea Morrisey, Donna Sinar y Nevin Öztop.

**Colaboración:** María Eugenia Olmos, Barbora Nemcova, Christen Dobson, Chloe Safier, Magda Pochech, Grupo de Trabajo de Movilización de Recursos FRIDA.

**Traducción:** Tila Cappelletto.

Este material corresponde a la traducción al español de Resource Mobilization Toolkit for Girls, Young Women and Trans Youth publicado en el año 2017, como parte de los esfuerzos de FRIDA | Fondo de Jóvenes Feministas de mejorar el acceso a estos recursos a la diversidad de los movimientos y colectivas. Algunas secciones y links del kit han sido adaptados al contexto de la región de Latinoamérica y El Caribe, sin embargo queremos disculparnos ya que la publicación aún contiene algunos sitios web solo accesibles en el idioma inglés. En FRIDA continuamente aprendemos de la comunidad a la que apoyamos y con la que trabajamos colectivamente, por ello, si tienen alguna recomendación de cómo mejorar esta herramienta les agradeceríamos se comuniquen con nosotres a [info@youngfeministfund.org](mailto:info@youngfeministfund.org) ¡Muchas gracias!

**Fotografías:** Agrupación De Mujeres Trans y Culturales (p.4), FemSolution (p.6), Transaction Pakistan (p.11), Radio Udayapur (p.21), Tamboras Resistencia (p.31), Stop the violence before it's too late (p.40), Women's Gaze (p.42), Jaringan Muda Melawan kekerasan Seksual (Red de Jóvenes Contra la Violencia Sexual) (p.47), The Fearless Collective (p.58).

**Diseño gráfico e Ilustración:** [Jessica Bromley Bartram Illustration & Design.](#)

© Esta publicación se puede distribuir con fines no comerciales en cualquier medio siempre y cuando la obra circule íntegra, sin cambios y con crédito a FRIDA | Fondo de Jóvenes Feministas. Publicado en 2019.



Publicado por FRIDA | Fondo de Jóvenes Feministas  
[youngfeministfund.org](http://youngfeministfund.org) | [info@youngfeministfund.org](mailto:info@youngfeministfund.org)



[@FRIDAFund](https://twitter.com/FRIDAFund)



[FRIDAFund](https://www.facebook.com/FRIDAFund)



[@fridafund](https://www.instagram.com/fridafund)

# Tabla de Contenidos

¡Bienvenidos! .....	<u>1</u>
<b>Parte A: Introducción a La Movilización de Recursos .....</b>	<b><u>3-8</u></b>
¿Qué es la movilización de recursos? .....	<u>4</u>
¿Por qué es importante movilizar recursos locales? .....	<u>6</u>
¿Qué buscan los donantes? .....	<u>8</u>
<b>Parte B: La Historia Propia: la historia individual y la historia del grupo .....</b>	<b><u>10-13</u></b>
¿Quiénes somos? .....	<u>11</u>
Ejercicio de identidad organizacional .....	<u>12</u>
Herramientas argumentativas y consejos para hablar en público (pitching) .....	<u>13</u>
<b>Parte C: La Historia Compartida: Accediendo a los recursos .....</b>	<b><u>14-28</u></b>
Listado de los financiadores seleccionados .....	<u>15</u>
Mapeando las redes .....	<u>16</u>
Guía para la búsqueda de donantes potenciales .....	<u>21</u>
<b>Parte D: La Historia del Ahora .....</b>	<b><u>29-45</u></b>
Juntándolo todo .....	<u>30</u>
¿Qué es la microfinanciación colectiva o 'crowdfunding'? .....	<u>31</u>
¿Cómo poner en marcha un círculo de donantes en 7 pasos? .....	<u>36</u>
¿Cómo trabajar con las embajadas? .....	<u>38</u>
Herramientas tecnológicas gratuitas para organizaciones no gubernamentales (ONG) .....	<u>42</u>
<b>Parte E: Recursos adicionales .....</b>	<b><u>46-58</u></b>
Listado de los financiadores seleccionados .....	<u>47</u>
Otros recursos .....	<u>57</u>
<b>¡Muchas gracias! .....</b>	<b><u>58</u></b>

# ¡BIENVENIDES!



*El objetivo de este kit de herramientas es apoyar y promover el pensamiento creativo y práctico sobre la movilización de recursos para niñas, mujeres jóvenes y juventud trans, y está destinado a organizaciones y personas con diferentes niveles de habilidades y experiencias.*

*Busca beneficiar especialmente a los grupos emergentes dirigidos por niñas, mujeres jóvenes y jóvenes trans, que lideran los movimientos de justicia social, particularmente en el Sur Global. Este es un documento vivo que respira y que seguirá creciendo y evolucionando en colaboración con una comunidad de activistas más amplia a medida que respondan con éxito a los desafíos.*



FRIDA | Fondo de Jóvenes Feministas es consciente de que la movilización de recursos es un gran reto, pero cree firmemente que las organizaciones pueden obtener los fondos necesarios y que las niñas, mujeres jóvenes y juventud trans pueden adquirir habilidades y experiencia sobre la recaudación de fondos, la construcción de relaciones y la comunicación de sus necesidades. Esa certeza hizo del desarrollo de este kit de herramientas una experiencia de aprendizaje muy gratificante y sorprendente.

**La Parte A** analiza los cuatro principales conceptos que establecen el marco de la movilización de recursos: qué es la movilización de recursos, la importancia de la movilización de recursos enfocada en la comunicación y la construcción de relaciones, qué buscan normalmente los donantes y el ecosistema general de la cultura filantrópica actual.

**La Parte B** se divide en dos capítulos prácticos que ofrecen plantillas, consejos y herramientas para fortalecer las perspectivas propias de las niñas, mujeres jóvenes y juventud trans. Esta parte incluye ejercicios para llevar a cabo presentaciones argumentativas breves, contar historias y hablar en público.

**La Parte C** se centra en conectar a la sociedad civil con los recursos que necesitan. Encontrarán una compilación de algunos financiadores, sus prioridades temáticas y geográficas, y herramientas para el mapeo de redes de contacto y la prospección de subvenciones.

**La Parte D** trata sobre cómo es posible movilizar recursos actualmente. En esta sección encontrarán herramientas, plantillas y estrategias sobre dónde buscar subvenciones, información sobre cómo crear su propio círculo de donantes, ideas de microfinanciación colectiva o crowdfunding y recursos en línea gratuitos y fáciles de usar.

**La Parte E** presenta una variedad de contenidos sobre la movilización de recursos ofrecidos por financiadores y organizaciones que fueron nuestra mayor fuente de inspiración para el desarrollo del documento que están leyendo. Este kit de herramientas se basó en gran medida en el trabajo del instructor y organizador Marshall Ganz: “Story of Self, Us and Now” (“La Historia Propia, Nosotres y el Ahora”), que gira en torno a cómo convertimos los valores en acción: el proceso discursivo mediante el cual las personas, las comunidades y las naciones construyen identidad, toman decisiones y promueven la acción.

Las historias no solo nos enseñan a actuar, sino que nos animan a hacerlo. Dicho esto, esperamos que este kit de herramientas suscite las tres siguientes preguntas durante sus labores de movilización de recursos y de personas: Si no estoy por mí, entonces ¿quién estará? Pero cuando solo estoy por mí, entonces ¿qué soy “yo”? Y si no es ahora, ¿cuándo?

Todas las organizaciones, especialmente aquellas dirigidas por niñas, mujeres jóvenes y juventud trans, son entornos dinámicos que deben adaptarse para poder continuar siendo útiles a sus comunidades. Y en la actualidad es necesario que esos grupos de personas obtengan herramientas, técnicas y estrategias para fortalecerse y pasar de la dependencia a la independencia, con economías saneadas y diversas fuentes de ingresos.

FRIDA piensa que las niñas, mujeres jóvenes y juventud trans ya tienen las habilidades y la experiencia para cambiar y transformar sus comunidades; este kit de herramientas quiere servir de apoyo a su trabajo organizativo resiliente e incansable en todo el mundo y proporcionarles herramientas adicionales, consejos y recursos.



# INTRODUCCIÓN

a la Movilización de Recursos



**PIE DE FOTO:** Agrupación de Mujeres Trans y Culturales (AMTC) es un espacio organizativo para mujeres y jóvenes trans de Nicaragua que participan en debates y discursos feministas.

## ¿Qué es la movilización de recursos?

*Cualquier joven activista feminista puede movilizar recursos con éxito. Lo decimos en serio. Los puntos clave son: asegurarse de que conocen sus necesidades, comprenden la situación en la que se encuentran y evalúen con detenimiento las fortalezas y oportunidades de crecimiento.*

El término “movilización de recursos” se refiere a la capacidad de un grupo para obtener recursos y movilizar a las personas para el cumplimiento de sus objetivos. Por lo tanto, aunque es cierto que crecer en términos de presupuesto es una parte importante de la movilización de recursos, atraer a nuevas personas y hacer nuevos contactos es igualmente importante: las contribuciones en especie (materiales o servicios), el conocimiento, los contactos, la información, las experiencias y las amistades, ¡seguramente pueden ayudarles a alcanzar sus objetivos! Las relaciones son importantes, y tomarse el tiempo para forjar relaciones genuinas, cimentadas en la confianza, no es nunca una pérdida de tiempo.

Este kit de herramientas se desarrolló teniendo en cuenta una evidencia que a menudo pasa desapercibida: los recursos, principalmente el dinero, son una forma de poder. Por eso tratamos de dejar claro que movilizamos recursos no solo para mantener nuestro trabajo, sino también para cambiar el balance de poder al transferir los recursos de quienes tienen mucho a quienes tienen poco. En ese sentido, creemos que la movilización de recursos es en sí misma una forma de activismo y no solo una actividad “complementaria” que deben realizar les jóvenes activistas feministas.

Los grupos suelen acceder a los recursos económicos presentando solicitudes de subvención. Por lo general, el procedimiento incluye la firma de un acuerdo, la implementación de las actividades, la redacción de informes parciales y finales, el balance de los resultados alcanzados, la adecuada presentación de los informes financieros y finalizada la vigencia del acuerdo, la posibilidad de renovación o presentación de una nueva solicitud. Sin embargo, los recursos disponibles a nivel internacional se están volviendo cada más escasos -especialmente aquellos destinados al activismo joven- y les activistas buscan soluciones creativas y fuentes de ingreso alternativas para cubrir sus necesidades presupuestarias. Los grupos que logran diversificar sus fuentes de ingresos suelen ser más estables porque pueden responder mejor ante los cambios de tendencias de los donantes. A menudo oímos hablar de subvenciones, pero hay muchas otras fuentes de ingresos que tener en cuenta.

La tabla de abajo ofrece más detalles sobre esas fuentes:

TIPO DE FUENTE	CARACTERÍSTICAS	EJEMPLOS
<b>Subvenciones</b>	Generalmente restrictivas* (aunque también pueden ser no restrictivas), destinadas a proyectos y por un período de tiempo, financiación de corto a medio plazo	Gobiernos, fundaciones, asociaciones, acuerdos multilaterales y bilaterales, etc.
<b>Ingresos Propios</b>	No restrictivos, financiación de corto a largo plazo, actividades con fines de lucro, requieren diferentes habilidades de gestión	Venta de productos, cobro por servicios, ingresos por intereses, eventos para la comunidad, cuotas de afiliación
<b>Donaciones</b>	No restrictivas, financiación de medio a largo plazo	Personas, empresas sin ánimo de lucro, círculos de donantes, apoyo en especie, fundaciones familiares

*\*Los fondos no restrictivos se otorgan por los donantes a los grupos para que los usen libremente, según sus necesidades; en cambio, los fondos restrictivos únicamente se pueden utilizar para los fines establecidos.*

A veces la mejor estrategia es establecer una comunidad formada por donantes individuales y grupos de colaboradores, con diferentes grados de afinidad con los programas de la organización que dedicar todo el tiempo y la energía a tratar de obtener fuertes sumas a través de subvenciones de grandes financiadores. El apoyo puede consistir en pequeñas o medianas donaciones, potencialmente no restrictivas, y que podrían conducir a una financiación a largo plazo, contribuyendo enormemente a la salud financiera del grupo. La financiación flexible permite la construcción de una base de apoyo sólida.

Los grupos que buscan financiación no restrictiva y diversificada deben expandir su círculo de donantes individuales para consolidar una mezcla equilibrada de fuentes de financiación, reduciendo así el riesgo en caso de la pérdida de alguna de ellas; esto será importante para la sostenibilidad de su grupo a largo plazo.



## ¿Por qué es importante movilizar recursos locales?

La movilización de este tipo de recursos se lleva a cabo a través de las estrategias y herramientas para recaudar dinero y otros recursos de fuentes locales. Empieza ya en sus propias casas, edificios, calles, pueblos o ciudades, y pueden ser subvenciones directas, cuotas de afiliación, donaciones en especie, trabajo voluntario, etc.

### La movilización de recursos locales a menudo ayuda a los grupos a avanzar en otros objetivos, tales como:

- Aumentar la concienciación entre las personas que están fuera de los círculos de activistas o donantes;
- Consolidar el apoyo local seguro y duradero que conduce al trabajo comunitario para avanzar en la causa del grupo;
- Impulsar la visibilidad del grupo y sus actividades;
- Convertir a colaboradores, donantes y voluntarios puntuales en inversores permanentes de la justicia social y del poder colectivo;
- Transformar el acceso a los recursos y a los apoyos de los grupos de base y aumentar la sostenibilidad de los movimientos locales y regionales de justicia social;
- Finalmente, estos cambios además permiten ver cómo la movilización de recursos locales se ha convertido en una herramienta de las organizaciones de base para desafiar y transformar creencias, actitudes, normas culturales y el acceso a los recursos.

Es cierto que existen enormes desafíos asociados a la falta de una cultura filantrópica progresiva a nivel mundial. Sin embargo, la movilización de recursos no es un concepto homogéneo; cada contexto y región tienen su propia y valiosa historia de apoyo, financiación y generosidad.



**PIE DE FOTO:** FemSolution es un grupo de jóvenes feministas de Ucrania fundado en febrero de 2016 por estudiantes de la Academia Kiev-Mohyla, en Kiev, como respuesta al sexismo, la homofobia y el racismo generalizados en la comunidad académica.





Entablar relaciones es sin duda el principal elemento en la movilización de recursos locales. La inversión de tiempo para establecer relaciones cara a cara con las personas del lugar es una de las piezas clave para lograr el apoyo local.

### ¿Cómo construir relaciones con los posibles colaboradores?

- Invitarles a un café para contarles por qué les apasiona el trabajo que realizan.
- Asistir a eventos sociales donde puedan entregar una tarjeta o folleto que permita a las personas ponerse en contacto si desean saber más sobre su trabajo.
- Hacer una lista de personas clave que les gustaría conocer y pedir a gente de su red que les ponga en contacto.
- Organizar un encuentro con la comunidad en un sitio accesible para contarles más sobre su trabajo.

Una comunidad dispuesta a apoyar y defender el trabajo de un grupo suele dejar claro que comparte su misión y valores y que aspira a verlos hechos realidad. Ese apoyo legitima la existencia del grupo.

El segundo elemento básico en la movilización de recursos locales es una comunicación fluida y estratégica. Con el paso del tiempo los grupos exceden sus círculos habituales y necesitan comunicarse de modo dirigido para involucrar a potenciales colaboradores. Desarrollar campañas de comunicación para aumentar la visibilidad del grupo y por ende la visibilidad de los problemas sociales ante esas nuevas personas, es una buena práctica.

## ¿Qué buscan los donantes?

Defender una causa en la que creen es el primer paso para conseguir fondos. No obstante, hay más elementos que les ayudarán a explicar por qué su causa necesita recursos.

En la búsqueda de recursos el desarrollo de las relaciones personales y comunitarias puede ser igualmente importante para la causa por la que están luchando.

Esas relaciones a menudo se basan en tres características principales que todo grupo debe tener para conseguir apoyos: política de rendición de cuentas, transparencia y legitimidad. Son palabras bastante grandes y abstractas, así que analicémoslas en detalle.



## ¿Qué es la política de rendición de cuentas?

La política de rendición de cuentas está ligada a la capacidad de los grupos de guiarse por buenos principios administrativos y financieros. Realizar la rendición de cuentas es relacionarse de manera responsable con la comunidad, administrar adecuadamente los recursos y ser capaz de informar a los donantes de cómo se usaron los fondos. Esos grupos suelen conseguir el apoyo público, ya que los donantes aprecian que se les informe regularmente de cómo se gasta su dinero. Asimismo, algunos donantes pueden incluso querer visitar los lugares donde se desarrolla el proyecto que apoyan para asegurarse de que sus fondos se utilizan de la mejor manera y de modo responsable. En resumen, el enfoque del desarrollo de un círculo de donantes es la movilización de recursos, pero también “entablar amistades”. Los fondos son a menudo el resultado de esas relaciones.

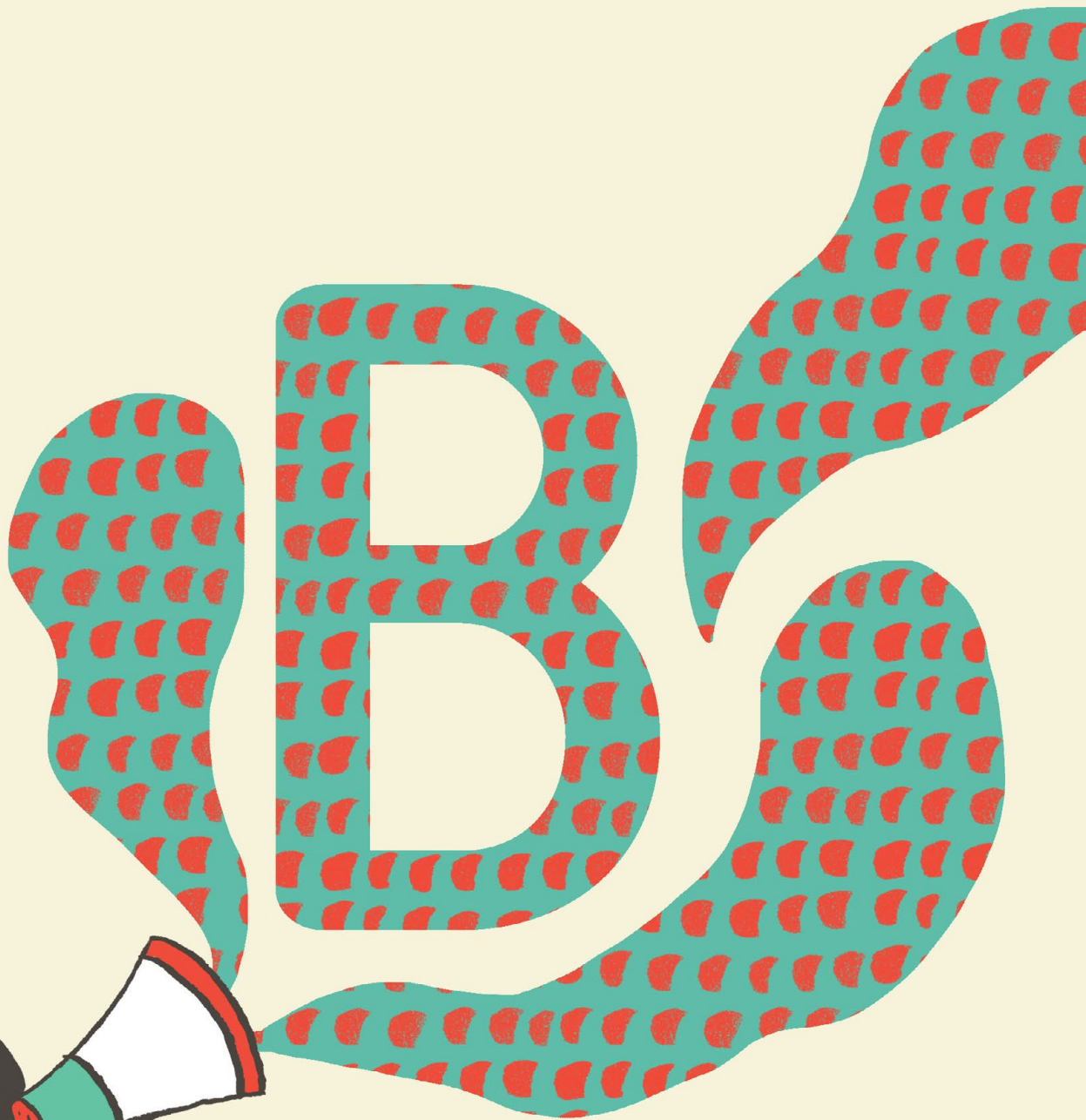
## ¿Qué es la transparencia?

Significa mantener una comunicación abierta y participativa respecto al estado de las cuentas y la gestión del grupo con toda su comunidad, interna y externa. Incluye informar sobre sus actividades e incluso sobre las transacciones financieras al personal, consejo de administración, donantes y colaboradores. Los grupos deben tener en cuenta que la transparencia es un aspecto fundamental, sobre todo ante posibles donantes y colaboradores, porque indica credibilidad y honestidad para con la comunidad.

## ¿Qué es la legitimidad?

El reconocimiento legal de los grupos depende de las normas de cada país. De todos modos, en mayor o menor medida todos los países ejercen algún control sobre los grupos de la sociedad civil, y por lo tanto, únicamente aquellos que se establecen según las leyes del país se consideran “legítimos”. Lógicamente, los grupos pueden elegir registrarse o no y por diversas razones, como costes, burocracia excesiva, problemas de seguridad o simplemente por no ser reconocidos por la causa por la que luchan. Desafortunadamente, la ausencia de registro puede convertirse en una desventaja, ya que los grupos registrados tienen más probabilidades de recibir recursos al cumplir con las exigencias gubernamentales.

Además de esas tres características, una colaboración exitosa entre donantes y grupos exige el compromiso genuino con la causa, la colaboración honesta entre las partes y la efectividad en la presentación de cambios y resultados a los donantes. Asimismo, es importante mostrarles de manera clara el impacto de sus donaciones: a menudo la gente no se lo imagina. La suma de todo esto asegurará relaciones duraderas y positivas con quienes les financian, basadas en la confianza y la comprensión mutuas.



# LA HISTORIA PROPIA

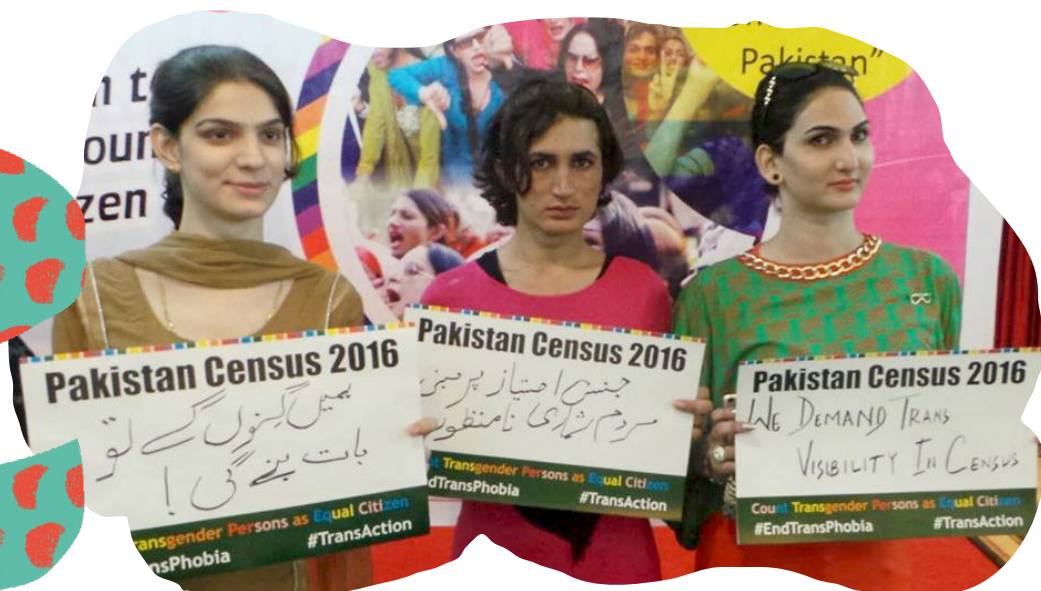
la historia individual y la  
historia del grupo



## ¿Quiénes somos?

*La identidad y la historia de su grupo no tienen por qué ser estáticas, pero sí deben ser coherentes; en términos de movilización de recursos, esto da como resultado:*

- 1** Ayuda a las personas ajenas al grupo (voluntaries, donantes, posibles colaboradores) a entender qué están apoyando, a conectarse con su trabajo y, por lo tanto, sentirse más decididas a avalarles.
- 2** Permite que las personas que conocen el grupo lo promuevan. La claridad es clave para que difundan con convicción el trabajo que están haciendo y sepan cómo apoyarlo.



**PIE DE FOTO:** TransAction Pakistan fue fundado en 2015 con el objetivo de construir una sociedad en la que todas las personas son tratadas con respeto y dignidad y están seguras en sus hogares, escuelas y comunidades.



## Ejercicio de identidad organizacional

*Queremos asegurarnos de que este material no sea un kit de herramientas cualquiera, sino uno que verdaderamente represente nuestros valores feministas. Las dinámicas de poder están presentes en los grupos de todos los tamaños; queremos asegurarnos de que las capacidades ocultas se hagan visibles para que todas las personas en el grupo tengan el mismo protagonismo.*

Pidan que entre tres y cinco personas del grupo (incluyéndote a ti) respondan individualmente y con palabras simples a las preguntas a continuación. Cuando todas las personas hayan terminado, compartan una pregunta a la vez. Nadie está en posesión de la verdad; se trata de conocer la visión de todas las personas en la sala. Una vez hayan compartido las respuestas, vuelvan a las preguntas y lleguen a un acuerdo sobre una respuesta común para cada pregunta; esto requerirá paciencia y es recomendable que alguien que realice una mediación neutral para asegurar que todas las personas participen. El objetivo es aclarar conjuntamente quiénes y por qué forman el grupo.

- 1: ¿Qué problema quiere solucionar el grupo?
- 2: ¿Por qué lo quieren solucionar?
- 3: ¿Cómo lo están intentando solucionar?
- 4: ¿Por qué decidieron intentar solucionar el problema de esa manera?
- 5: Si tuvieras que señalar los tres valores principales del grupo, ¿cuáles serían?
- 6: ¿A quién le sirve el grupo?
- 7: ¿Quién apoya el trabajo del grupo con recursos? (Ej. voluntaries, donantes individuales, empresas locales, etc.)
- 8: ¿Hay otras personas en la región trabajando para solucionar el mismo problema?
- 9: ¿El grupo es conocido en la región?
- 10: Si el grupo fuera una persona, ¿cuáles serían los tres aspectos que mejor describirían su personalidad? Ej. Capacidad analítica, asertividad, valor, tranquilidad, alegría, respeto, creatividad, curiosidad, conducta disruptiva, energía, amistad, lealtad, apertura de mente, informalidad, sociabilidad, comprensión, visión, etc.
- 11: ¿Qué colores asociarías al grupo? Elige 2.
- 12: ¿Qué grupos cuyo trabajo es similar admiras más? Elige de 1 a 3.
- 13: ¿Cuál es el presupuesto anual actual del grupo?
- 14: ¿Cuáles son los objetivos del grupo para el próximo año? ¿Y los próximos tres años? ¿Y los próximos diez años?

*Reflexiones: en vez de responder a todas esas preguntas, pueden optar por contestar a otras que consideren más importantes para que el grupo llegue a respuestas más precisas y consistentes con su realidad.*



## Herramientas argumentativas y consejos para dirigirse al público (pitching)

### Historia individual

Como líderes/lideresas de grupos, es fundamental que aprendamos a compartir nuestra propia historia y cómo llegamos a dedicarnos a esta labor. Eso permite que las personas se conecten tanto individualmente como con el grupo de un modo más amplio; esa conexión a menudo se traduce en más recursos. Podrán encontrar una excelente y muy útil herramienta sobre cómo compartir la historia de su labor con la comunidad y la movilización de recursos en [350.org: 350.org/es/materiales/](https://350.org/es/materiales/) Kit de herramientas para el desarrollo de talleres en equipo cuyo objetivo es desarrollar habilidades de narrar su propia historia, la de su trabajo, y conectar ambas cosas de modo significativo.

**Aquí una lista de recursos útiles en español (Por favor, ingresen a los materiales de la lista ya que algunos son accesibles en español y portugués):**

[winguweb.org/es/materiales-gratuitos](https://winguweb.org/es/materiales-gratuitos)

[civicus.org/index.php/es/centro-de-medios/recursos/manuales](https://civicus.org/index.php/es/centro-de-medios/recursos/manuales)

### Presentación relámpago

Habrán ocasiones en las que solo contarás con la atención de una persona durante un minuto o dos, y deberás ser capaz de hacer una inolvidable presentación relámpago sobre el trabajo del grupo. En 30 segundos o menos deberás conectar de manera directa con alguien que podría implicarse con el grupo y su trabajo.

Las siguientes preguntas te ayudarán a desarrollar tu presentación relámpago:

- ¿Quién eres?
- ¿Qué haces actualmente?
- ¿Qué problema quiere solucionar el grupo?
- ¿Cómo lo están intentando solucionar?
- ¿Cuál es la visión del grupo?

**Ejemplo:** Soy [tu nombre], coordino el grupo [nombre del grupo]. Estamos trabajando para mejorar la salud materna en [agregar la región geográfica] mediante [estrategia/programa].

Nuestro objetivo es garantizar que todas las mujeres y otras identidades con capacidad de gestar de nuestra región tengan acceso a atención de calidad cuando necesiten.





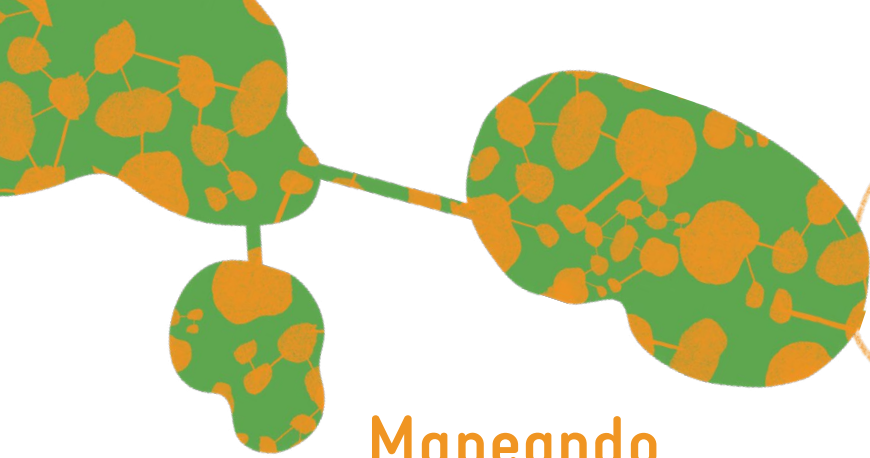
**LA HISTORIA  
COMPARTIDA**  
Accediendo a los recursos

# Listado de financiadores seleccionados

- Financiadores internacionales
- América Latina y el Caribe
- Asia-Pacífico
- Oriente Medio y Norte de África
- Europa Central y Oriental, Cáucaso Central y Norte de Asia
- África Sub-sahariana



¡Hagan click en cada región para ver el listado específico de donantes o aquí para ir al principio del listado!



## ¿Qué es una red?

Una red es un grupo o sistema de personas o cosas interconectadas.

## Mapeando Las redes

*Estamos más conectados de lo que imaginamos; identificar esas conexiones es fundamental para encontrar los recursos y las colaboraciones que nos ayudarán a avanzar con nuestro trabajo. A continuación se muestra un ejercicio de mapeo de redes que pueden hacer en equipo —incluso con personas ajenas al grupo, colaboradores o activistas— para visualizar sus redes.*

## ¿Quién forma parte de la red del grupo?

Creen un listado de nombres de personas, organizaciones y plataformas, agrupándolas en las siguientes categorías (u otras nuevas que les resultaran útiles):

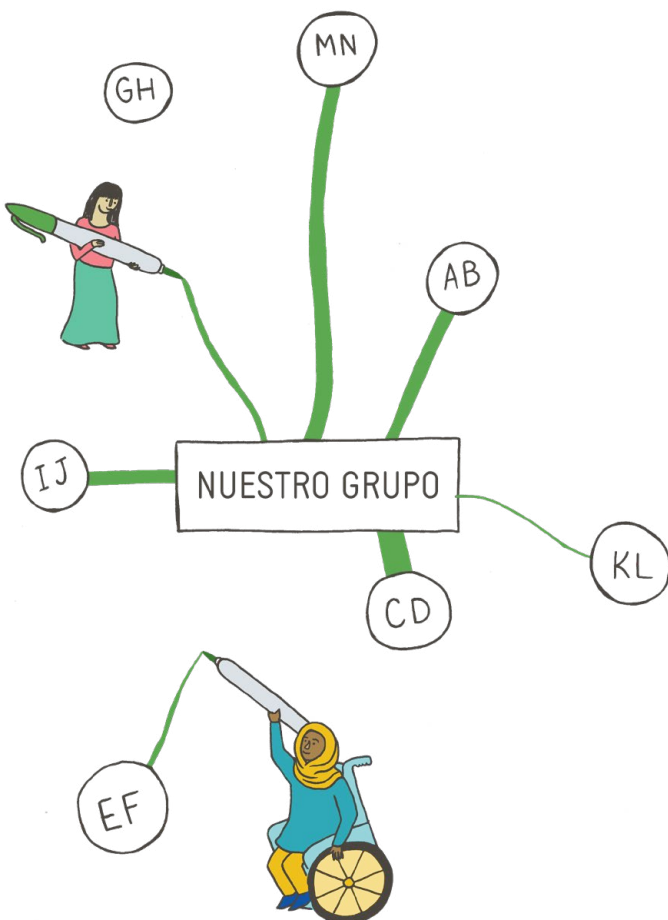
CATEGORÍA	INICIALES DE LA PERSONA O NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN
Financiadores	
Desarrollo de liderazgo: asesoría, recomendaciones, apoyo personalizado	
Crean obstáculos o desafíos: ej. el gobierno, etc.	
Colaboradores: organizaciones por los derechos de las mujeres, defensores/as, etc.	
Comunidad a la que sirven	



# Mapeando La red de su grupo

## 1 Creando el mapa

- Dibujen un cuadrado con el nombre del grupo en el centro de la hoja.
- ¡En colaboración van a mapear la actual red colectiva del grupo!
- Ahora incluyan las iniciales de cada persona u organización alrededor del nombre del grupo; la cercanía al nombre del grupo en el centro indica la cercanía en la relación.
- Dibujen un círculo alrededor de cada inicial.

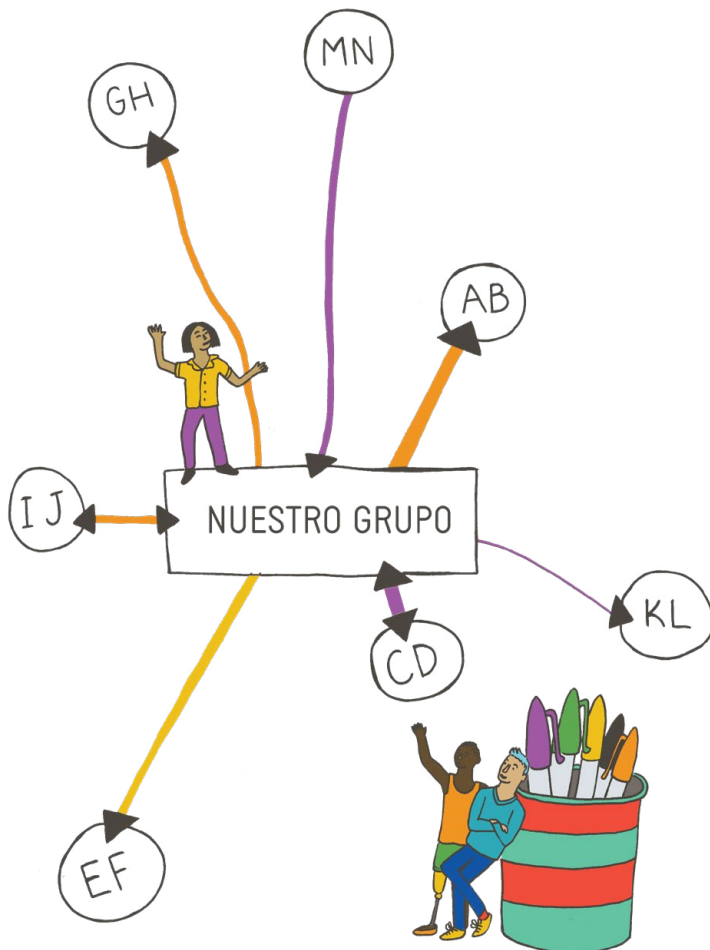
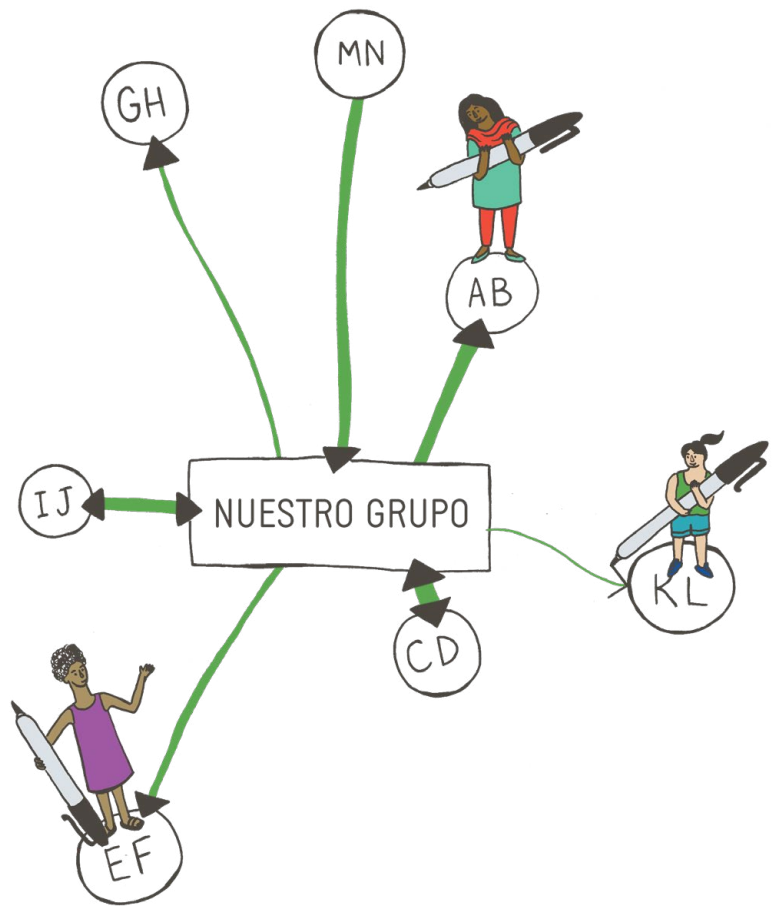


## 2 Definiendo las relaciones

- Tracen líneas de diferentes grosores para indicar en qué grado sienten que pueden contar con la persona/organización y actuar de manera transparente y honesta.
- Las más gruesas indicarán las relaciones de más confianza.

### 3 Reciprocidad

- Agreguen flechas para indicar si el grupo da o recibe en la relación.
- Hagan flechas en ambas direcciones si hay reciprocidad.



### 4 Recursos

- Los diferentes colores indicarán si las relaciones aportan o podrían aportar recursos para el grupo.
- Coloreen las líneas:
  - el color 1 indicará quiénes aportan recursos actualmente.
  - el color 2 indicará quiénes podrían aportar recursos o a quiénes podrían ofrecerlo.
  - el color 3 indicará otros recursos.

## Ideas y patrones

Discutan el mapa de la red del grupo en equipo para extraer las ideas principales. Algunas preguntas pueden favorecer la discusión:

- ¿Qué ven cuando reflexionan sobre el mapa como un todo? ¿Alguna sorpresa?
- Respecto a las relaciones que más valoran, ¿qué características son las más notables? ¿Y las características de las que menos valoran?
- ¿Cómo piensan su manera de construir relaciones? ¿Qué les parece más fácil y cuál es el desafío?

## Mentalidad, creencias y resultados

Explore los diversos modos de pensar y las creencias sobre la red del grupo. Las siguientes preguntas pueden servir como guía:

- ¿Qué están descubriendo sobre la creación de red, tanto cuando se conectan de manera verdadera como cuando evitan relaciones?
- ¿En qué piensan y qué sienten al buscar recursos para el grupo? ¿Qué es importante para ustedes?
- ¿Qué necesitan que no están consiguiendo?

## Conclusiones

- ¿Cómo les ayuda pensar así?
- ¿Por qué a veces son pensamientos no válidos?
- Si el grupo no tuviera ningún tipo de condicionante, ¿cambiaría su manera de comportarse?

## La red ideal

Teniendo presentes la visión y los objetivos del grupo y basándose en todo lo que han discutido en equipo, les invitamos a revisar el mapa y pensar los cambios que reflejarían mejor una “red ideal” en 12 meses.

- ¿Tienen nuevas relaciones?
- ¿Hay colaboraciones nuevas? ¿De qué tipo?
- ¿Hubo cambios en las relaciones que ya existían? ¿De qué tipo?

## Nuestro plan de aprendizaje

*¿Qué acciones tomaremos para desarrollar la red que queremos tener? (el qué, quién, cuándo, necesidades específicas) ¿Qué es nuevo, diferente y está fuera de nuestra zona de confort?*

NOMBRE (de la organización/persona)	APOYO QUE NECESITAMOS	APOYO QUE OFRECEMOS (en caso de reciprocidad)



**PIE DE FOTO:** La Radio Udayapur fue fundada en 2009 en Nepal y tiene como objetivo ser una estación de radio comunitaria dirigida y presentada por mujeres jóvenes tanto a nivel nacional como internacional.

## Guía para la búsqueda de potenciales donantes

*¿Qué es la búsqueda de potenciales donantes?*

*La búsqueda de donantes potenciales es el proceso de identificación, estudio y elaboración de los perfiles de donantes potenciales individuales, institucionales, familiares o corporativos.*

Es la valoración del historial e intereses filantrópicos de un donante potencial para saber si su grupo debe contactarlo (**¿financian el tipo de trabajo que hacemos?**), cómo hacerlo (**¿realizan convocatorias abiertas? ¿o es por invitación, por concurso, por asignación, etc.?**), qué solicitar (**¿financiación de un programa, una investigación, del desarrollo de la capacidad organizativa?**) y cuánto solicitar.

El objetivo de la búsqueda de donantes potenciales es identificar a aquellos que comparten la misión y tengan la capacidad de financiar parte de las iniciativas y actividades de su grupo. Esta guía para buscar donantes en tres pasos les ayudará a determinar qué propuestas tienen más sentido y cuál es la mejor manera de llevarlas a cabo.



## Paso 1: Comprobar periódicamente la bandeja de entrada del correo y las notificaciones digitales

*El primer paso es suscribirse a las notificaciones y boletines de noticias para recibir información directamente por correo electrónico.*

Subscríbanse a los boletines de noticias de organizaciones filantrópicas que ofrezcan subvenciones para recibir oportunidades de becas, seminarios web y conferencias. Sígales en las redes sociales. La difusión de información de subvenciones se suele hacer en Twitter. A continuación encontrarán un listado de organizaciones de interés para los grupos de jóvenes feministas:

- [FRIDA](#)
- [AWID](#)
- [Mama Cash](#)
- [Global Fund for Women](#)
- [Urgent Action Fund International](#)
- [Fondo de Acción Urgente LAC](#)
- [Sociedad Mexicana Pro Derechos de La Mujer, A.C. \[Semillas\]](#)
- [Fondo Alquimia](#)
- [Calala Fondo de Mujeres](#)
- [Fondo de Mujeres del Sur](#)
- [Fondo Centroamericano de Mujeres \[FCAM\]](#)
- [Fundo de Inwestimento Social Elas](#)
- [Fondo Lunaria](#)
- [Fondo de Mujeres Bolivia, Apathapi-Jopueti](#)
- [Fondo de Mujeres Indígenas](#)
- [IWHC](#)
- [RACI](#)
- [Funds for NGOs — en inglés](#)
- [Spark — en inglés](#)
- [Global Giving — en inglés](#)
- [Dining for Women — en inglés](#)

Los boletines de noticias, las bases de datos de subvenciones y las redes sociales solo les resultarán útiles si lo personalizan según la ubicación geográfica y necesidades de su grupo. Personalícenlo y comprueben.

Asimismo, recurrir a los portales de financiación y a las bases de datos de donantes es una manera de reducir el tiempo dedicado a la búsqueda de donantes potenciales. Algunos ejemplos concretos son Human Rights Funders Network (anteriormente International Human Rights Funders Group), Advancing Human Rights, el portal Peace and Security Funding Index y la base de datos de AWID. Por ejemplo, el portal HRFN se creó con el objetivo de promover la sostenibilidad del trabajo en derechos humanos a largo plazo y para proporcionar información clave para su financiación (teniendo en cuenta que para las organizaciones no gubernamentales de derechos humanos esta información es crítica por problemas de seguridad).

Mantener listados específicos de donantes que financian grupos como el suyo les ahorrará mucho tiempo.

## Paso 2: Empezar con una red amplia

*¡Es importante empezar el proceso de búsqueda de donantes potenciales con una red amplia!*

Si empiezan a trabajar con una red demasiado específica, podrían perder grandes oportunidades. Además, incluso si una donante no encaja en este momento, saber su nombre y sus prioridades les ayudará en el futuro a medida que su grupo crezca y se transforme y ustedes aprendan más sobre el contexto de la financiación.

**Algunas ideas sobre cómo empezar a trazar una red amplia, con numerosas opciones de financiación:**

- Revisen quiénes financian a sus pares. Suele ser la mejor manera de empezar. Identifiquen los grupos similares e investiguen en su web los informes anuales y datos fiscales públicos de quiénes les financian.
- Realicen búsquedas en internet de sitios web y bases de datos de subvenciones. Usen palabras clave que representen el trabajo de su grupo. Algunos ejemplos incluyen: equidad de género, violencia de género, derechos de las personas trans, participación ciudadana, derechos de las personas con discapacidad, empoderamiento de las mujeres, desarrollo de capacidades, matrimonio infantil, etc.
- Busquen los temas relacionados con el objetivo de su grupo. Algunos ejemplos: desarrollo económico, desigualdad económica, medios de vida, derechos humanos, mortalidad infantil, etc.
- Asegúrense de buscar posibilidades de financiación para todos los programas de su grupo. Por ejemplo, un grupo debe buscar subvenciones para ambos sus programas de educación para la salud y el cuidado infantil.
- Identifiquen a los donantes populares en su país y área geográfica (Ejemplo: República Dominicana, Latinoamérica y El Caribe).



## Paso 3: Afinar la búsqueda

*Tras haber trazado una red amplia, deben limitar las opciones a aquellas subvenciones que realmente puedan conseguir. Utilicen el siguiente listado para verificar quiénes serían sus donantes potenciales:*

### 1 Misión común:

Las mejores relaciones entre organizaciones no gubernamentales y financiadores se establecen cuando comparten una misión y una visión comunes para el mundo. Es extremadamente importante para los donantes apoyar proyectos que tengan una misión y unas prioridades similares a las suyas. Cuando estén investigando a alguien que podría financiarles, comprueben que sus valores coinciden con los del grupo y que ustedes cumplen los requisitos de los programas o tipo de grupo que suelen apoyar. La misión suele figurar en el apartado “Acerca” o “Historia” en su sitio web. No se pongan en contacto si tienen objetivos diferentes; es una pérdida de tiempo para todos. En caso de que sí compartan objetivo, esa es una buena oportunidad de ponerse en contacto (más sobre este tema más adelante).

¿Dónde empezar?:  
Visiten la web del donante e investiguen su perfil para saber brevemente qué suele financiar.



**CONSEJO:** Establezcan relación con los financiadores. Hagan que su grupo les sea conocido. Envíenles invitaciones a los eventos del grupo, sus boletines de noticias, mencionen sus nombres en las redes sociales (prudentemente). Si fuera posible, invítenles a un café. ¡Pidan consejos, no dinero!

### 2 Ubicación geográfica:

La financiación a menudo se restringe a una determinada ciudad (o ciudades), estado, país, región o continente. Si bien esto puede parecer obvio, es uno de los factores que más limitan una búsqueda y, por lo tanto, debe ser uno de los primeros detalles que deben averiguar, porque lógicamente los donantes no cambiarán su zona de financiación exclusivamente para atenderles.

### 3 Suma promedio de la subvención:

Es difícil que un donante ofrezca subvenciones superiores al presupuesto general de un grupo; además, suelen repartir su dinero para promover estratégicamente a las diversas causas que quieren apoyar. Los financiadores evitan asumir demasiado riesgo y ser los únicos donantes de un grupo. Al preparar una solicitud de propuesta (SDP), asegúrense de que los importes son razonables y coherentes con su proyecto y presupuesto general. No soliciten subvenciones que sean la mitad o más de la mitad de su presupuesto. Los informes anuales de los donantes pueden darles pistas de cuánto suelen conceder normalmente; y esto puede variar en relación a lo que indican en su sitio web. Por ejemplo, en la web dicen que conceden subvenciones entre \$ 10.000,00 y \$ 200.000,00 pero en sus informes se percibe que en los últimos años el importe de la mayoría de subvenciones se mantuvo en realidad entre \$ 100.000,00 y \$ 200.000,00. Ténganlo en cuenta.

### 4 Necesidades del grupo:

Suele haber limitaciones en la financiación que ofrecen los donantes. En ocasiones podrán cubrir gastos generales (financiar gastos operativos como el alquiler, luz, agua, administrativos, etc.). Es más común que financien proyectos específicos. (Nota: la financiación no restrictiva se está volviendo cada vez más común – más adelante hay más información sobre este tema). Al preparar una solicitud de propuesta, asegúrense de que el tipo de financiación que se ofrece es lo que su grupo necesita.

### 5 Tipos de fecha límite:

Las convocatorias de subvenciones suelen tener tres tipos de fechas límite: fechas límite cerradas, en las que se establece un plazo específico de solicitud, plazos continuos, en las que no hay una fecha límite definida, y solo por invitación (o por selección previa), es decir, solo se pueden presentar los grupos invitados por los financiadores. Pueden obtener fondos de cualquiera de estas clases de convocatoria, pero es fundamental conocer el tipo de fecha límite utilizado por los financiadores para que puedan presentarse en cuanto se publiquen. Asimismo, si se informan sobre las convocatorias a través de bases de datos, les recomendamos que reconfirmen la fecha límite directamente con los financiadores, ya que la información podría haber sufrido cambios o estar desactualizada.



## 6 Requisitos:

Las convocatorias de subvenciones pueden tener diferentes requisitos de solicitud. Algunos donantes requieren que el grupo esté registrado legalmente en su país aunque como instituciones de los derechos humanos la mayoría conoce el riesgo que puede representar para la seguridad de los grupos que el Estado conozca su identidad- o que el grupo tenga el reconocimiento fiscal de organización caritativa o de servicio público, como es el caso en Estados Unidos de los 501(c)3, exentos del pago de impuestos. Asegúrense de que su grupo cumple los criterios de participación según su estatus legal actual. Las convocatorias de subvenciones también exigen la presentación de una amplia gama de documentos; es fundamental que el grupo obtenga y conserve esos documentos para poder adjuntarlos a las solicitudes y cumplir todos los criterios de participación.

### ¡IMPORTANTE!

Asegúrense de que los datos que presentan son correctos y están ordenados. No es recomendable recibir invitadas en una casa desordenada. A menudo los donantes revisan las finanzas y la documentación básica y solo entonces deciden si la solicitud sigue su curso.

### Los documentos anexos más comunes incluyen:

- Un presupuesto general y del programa específico;
- Certificados fiscales recientes y actualizados;
- Biografías del personal y del consejo de administración.

Si están valorando presentarse a una convocatoria, asegúrense de que tienen de antemano todos los documentos anexos necesarios. ¡No querrán dedicar horas al texto de presentación y finalmente no poder presentarse en plazo porque no tienen todos los anexos exigidos!



**CONSEJO:** Averigüen qué financia REALMENTE la organización. Por ejemplo, cuando dicen "educación", ¿quieren decir primaria y secundaria? ¿universitaria? ¿formación vocacional y de capacidades? Comprobar a quiénes financian les podrá dar más pistas.

## 7 Grupos apoyados anteriormente

Una de las mejores maneras de decidir si determinada entidad es una buena opción para el grupo es comprobar su historial de anteriores financiaciones. Es posible que encuentren esa información en sus informes anuales. Un buen lugar para comenzar a buscar es en su sitio web. Comprueben dos asuntos: primero, si suelen financiar proyectos similares al suyo (es decir, que tengan presupuestos, proyectos, y misiones similares) y, segundo, si suelen apoyar nuevos grupos de manera regular (o si financian los mismos año tras año). Si la respuesta a ambos temas es sí, ¡entonces adelante!

¡Sigán los siguientes pasos y estarán en el buen camino para convertirse en profesionales de la búsqueda de financiadores potenciales ¡Venga, a conseguir financiación para su grupo!



### CONSEJOS

*¡Hagan la tarea! Visiten las webs de los financiadores y comprueben:*

- ¿Existe alguna convocatoria abierta?
- ¿Es solo por invitación o abierta a la participación?
- ¿Cuál es la fecha límite?
- ¿Es una convocatoria de plazo continuo?

Si es el caso, averigüen cuándo se revisan las solicitudes. Si solo lo hacen una vez al año, por ejemplo en noviembre, y ustedes se presentan en febrero, esperarán durante mucho tiempo una respuesta, así que una mejor estrategia sería priorizar otras convocatorias con fechas límite más cercanas (los financiadores familiares suelen revisar las solicitudes a finales de año).

# Recursos para la búsqueda de donantes potenciales

## AWID

[awid.org/es](http://awid.org/es)

AWID elaboró en su sitio web un [buscador de potenciales](#) donantes alineados con sus prioridades, poblaciones o ubicaciones geográficas, como herramienta para cerrar la brecha de información sobre las fuentes de financiamiento y para facilitar a las organizaciones feministas y por los derechos de las mujeres el acceso a esta información.

## Red Argentina de Cooperación Internacional (RACI)

[raci.org.ar](http://raci.org.ar)

En su sitio web la RACI cuenta con una sección de [oportunidades de cooperación](#), donde se incluyen: subvenciones a proyectos, fellowships, becas, premios, entre otras convocatorias de interés para las organizaciones de la sociedad civil de Argentina y de la región de Latinoamérica y El Caribe.

Así también cuenta con una sección de [biblioteca virtual](#) donde pueden encontrar información sobre directorios referidos a la cooperación internacional y de Inversión Social Privada Local entre otras publicaciones de interés.

## Recursos para la búsqueda de donantes potenciales (en inglés)

### Recursos para la búsqueda de donantes individuales y organizaciones:

#### Guidestar

[guidestar.org](http://guidestar.org)

1. Creen una cuenta gratis.
2. Introduzcan el nombre de la organización en el cuadro de búsqueda debajo del desplegable “Nonprofit Search”.
3. Pueden afinar la búsqueda en la siguiente página (filtrar por estado, ingresos, etc.).

4. Pinchen en el nombre de la organización que están buscando.
5. Pueden ver sus formularios fiscales seleccionando el año deseado.
6. Pueden guardar e imprimir los formularios.

#### Million Dollar List

[milliondollarlist.org](http://milliondollarlist.org)

- Pueden buscar donaciones de más de \$ 1 millón por donante, estado, destinatario, etc.
- Ejemplo de búsqueda: en la sección “Donor” introduzcan su ubicación geográfica y en “Recipient” seleccionen el “Subsector” apropiado.

#### Giving Pledge

[givingpledge.org](http://givingpledge.org)

- The Giving Pledge es el resultado del compromiso de las personas y familias más ricas del mundo de dedicar la mayor parte de su riqueza a la filantropía.

#### Forbes 400 (Los principales multimillonarios)

[forbes.com/forbes-400/list](http://forbes.com/forbes-400/list)

#### Patriotic Millionaires

(Listado de millonarios)

[patrioticmillionaires.org/#millionairesaz](http://patrioticmillionaires.org/#millionairesaz)

#### UK Charity Search

(Fundaciones en Reino Unido)

[charitycommission.gov.uk/find-charities](http://charitycommission.gov.uk/find-charities)

#### Guidestar UK

(Guidestar en Reino Unido)

[guidestar.org.uk](http://guidestar.org.uk)

#### Foundation Center

(Fundaciones globales)

[foundationcenter.org](http://foundationcenter.org)

### ¿Cómo buscar los informes anuales de los financiadores

- Busquen el nombre de la organización en Google (ej: “Oxfam”) y las palabras “Informe anual/Annual report”.
- Busquen listados de los principales financiadores y los nombres de las personas de su consejo de administración para identificar a los donantes potenciales.

#### Pipl

(Sitio web para buscar información de contacto: correo electrónico, teléfono, dirección, etc.)

[pipl.com](http://pipl.com)

### Boletines de noticias:

#### NOZA Foundation Search

[nozasearch.com/Pricing.aspx](http://nozasearch.com/Pricing.aspx)

- Regístrense gratis para buscar fundaciones y recibir boletines de noticias semanales sobre subvenciones otorgadas por personas y organizaciones.

#### Philanthropy News Digest

[philanthropynewsdigest.org](http://philanthropynewsdigest.org)

- Regístrense para recibir los boletines de noticias y alertas PND.

#### Chronicle of Philanthropy

[philanthropy.com](http://philanthropy.com)

- Regístrense para recibir los boletines de noticias Philanthropy Today

*Obtengan más información sobre la búsqueda de donantes potenciales:*

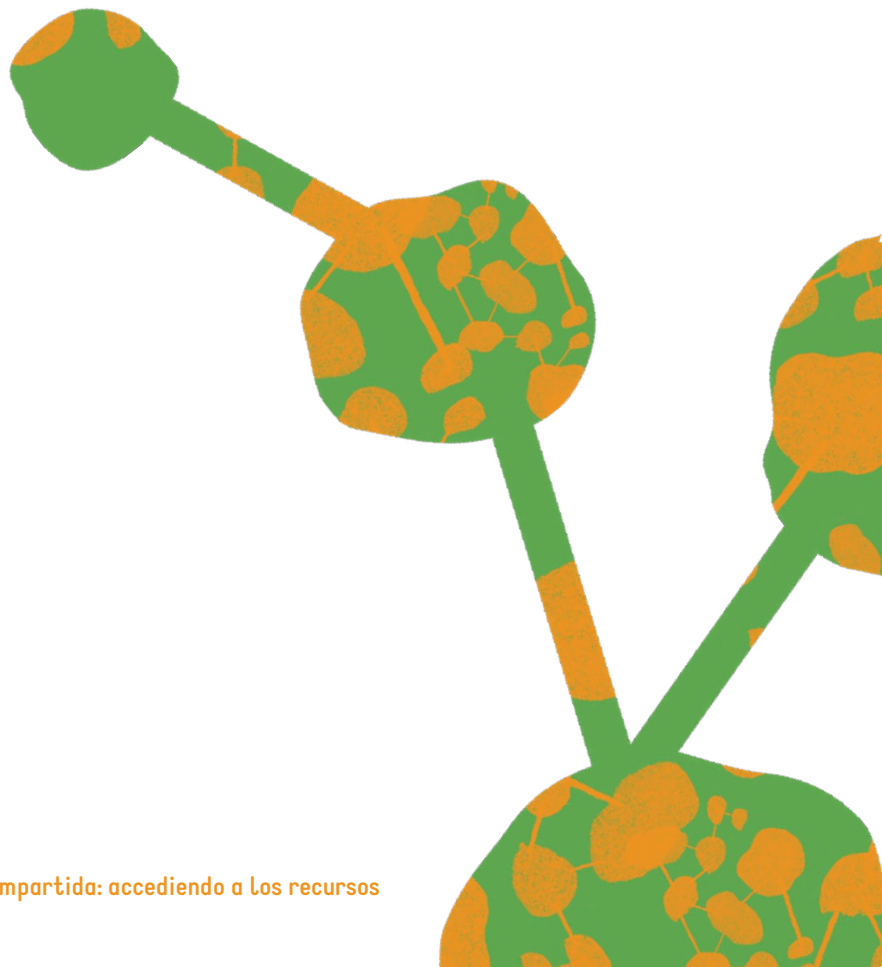
#### Prospect Research for the Non-Researcher

[blackbaud.com/files/resources/downloads/WhitePaper\\_](http://blackbaud.com/files/resources/downloads/WhitePaper_ProspectResearchForTheNonResearcher.pdf)

[ProspectResearchForTheNonResearcher.pdf](http://blackbaud.com/files/resources/downloads/WhitePaper_ProspectResearchForTheNonResearcher.pdf)

#### WealthWorks

[wealthengine.com/blog](http://wealthengine.com/blog)







LA HISTORIA  
DEL AHORA



**PIE DE FOTO:** *Tamboras Resistencia es un grupo peruano de jóvenes feministas que nació en 2013 a raíz de las batucadas de mujeres de organizaciones de base que participaban en manifestaciones políticas, sociales y culturales.*

## Juntándolo todo

*Empezamos por La Historia Propia de su grupo, pasamos por La Historia Compartida y llegamos a La Historia del Ahora, que trata sobre la necesidad urgente de que el grupo lleve a cabo su misión haciendo su trabajo y gracias a la financiación de diversas donantes.*

Hasta ahora hemos hablado del por qué su grupo existe y qué cambio importante quieren ver en el mundo (¿Quiénes somos? Y cómo hablar del grupo), así como ¿con quiénes pueden contar? (Red de contactos y donantes potenciales). La Historia del Ahora reúne todo ello y ofrece herramientas para crear campañas convincentes de recaudación inmediata de fondos (a diferencia de los fondos conseguidos a través de las subvenciones tradicionales).



*¿Qué es la micro-financiación colectiva o 'crowdfunding'?*



*La microfinanciación colectiva o 'crowdfunding' es un mecanismo colaborativo de financiación de proyectos o iniciativas que consiste en recaudar pequeñas cantidades de dinero de diferentes personas, normalmente a través de Internet.*

*La microfinanciación colectiva para las ONG significa recaudar fondos a través de Internet involucrando a muchas personas en la financiación de un programa o producto social. Las estrategias de microfinanciación colectiva de las ONG y las de las empresas sociales, con fines de lucro y empresas emergentes son diferentes. Por ejemplo, muchas guías sobre microfinanciación colectiva sugieren ofrecer una recompensa a los mecenas, como una bolsa de tela o la promesa de un producto que elaborarán; sin embargo, no es este el mejor empleo de los recursos de organizaciones con escasez de ingresos. Más adelante encontrarán información sobre recompensas alternativas y otras recomendaciones.*

La información de esta sección está destinada a ayudar a los movimientos feministas de base del Sur Global a enfrentar las dificultades que pueden surgir durante el desarrollo de sus campañas de microfinanciación colectiva. Las plataformas de microfinanciación colectiva suelen centrarse en el Norte Global, desafiando a los grupos que no se ajustan a sus criterios de funcionamiento, ya sea por el procesamiento de los pagos o por el estatus legal de la organización. Este material pretende ofrecerles apoyo para que superen estas dificultades, aconsejándoles por ejemplo sobre cómo encontrar la plataforma adecuada para la campaña de su grupo. Aunque siempre habrá desafíos, las estrategias evolucionan de la mano de las tecnologías y las políticas.

Existen muchas guías sobre cómo poner en marcha una campaña exitosa de microfinanciación colectiva, así que les daremos algunos consejos generales y nos centraremos en cómo solventar los problemas de los pequeños grupos de base. Para obtener información detallada sobre cómo poner en marcha una exitosa campaña de microfinanciación colectiva, pueden consultar estos recursos (en inglés. Algunos también en español): [CauseVox](#), [IndieGoGo](#), [Tips from Beth Kanter's blog](#), [Hip Give](#), and [Classy](#).

## ¿Por qué mi grupo debería recurrir a la microfinanciación colectiva?

*La microfinanciación colectiva se ha convertido en una creciente industria de miles de millones que permite a organizaciones y empresas grandes y pequeñas obtener dinero de fuentes no tradicionales. La microfinanciación colectiva democratiza la recaudación de fondos porque anima a todas las personas a ser filántropas y además permite acceder a redes de contactos amplias, de segundo y tercer grado. Por otra parte, a diferencia del dinero de los financiadores institucionales -que a menudo condicionan los fondos a un programa o proyecto- el dinero recaudado a través de la microfinanciación colectiva es flexible y no condicionado. Si su grupo necesita recaudar una cantidad específica de dinero para un proyecto o evento o para llevar a cabo su actividad normal, debería considerar poner en marcha una campaña de microfinanciación colectiva. La microfinanciación colectiva construye comunidad fidelizando a los colaboradores y atrayendo a nuevas personas.*





## ¿Qué plataforma de microfinanciación colectiva debería usar mi grupo?

Existen cientos de plataformas de microfinanciación colectiva en Internet y cada día parecen otras nuevas. El listado que facilitamos a continuación no es exhaustivo, pero ofrece opciones que encajan con las necesidades de los grupos de base que aún no estén registrados o no tengan representación fiscal. Otro aspecto a tener en cuenta es si los pagos pueden hacerse desde cualquier parte del mundo sin comisiones demasiado altas.

### Hipgive → [hipgive.org](http://hipgive.org)

**PROPUESTA DE VALOR:** es una plataforma de crowdfunding o financiamiento colectivo, enfocada en impulsar proyectos de impacto social latinos.

**TARIFA DE SERVICIO:** La comisión que la organización debe cubrir es la del procesador de pagos WePay de 2.9% + \$ 0,30 por transacción. Esta es una tarifa plana y no se ve afectada por el hecho de alcanzar la meta del proyecto o no.

**¿ES NECESARIO RECAUDAR EL IMPORTE ÍNTEGRO?:** No.

**¿HAY TIEMPO LÍMITE?:** Sí.

**¿ES NECESARIO SER UN GRUPO LEGALMENTE REGISTRADO?:** Sí. Al llenar el formulario de la campaña deberán demostrar el estatus legal de la organización sin fines de lucro, al subir la carta de confirmación 501(c)(3) si la organización se encuentra en los Estados Unidos o el documento equivalente de constitución/incorporación en América Latina.

**NOTAS:** Al finalizar la campaña los fondos serán pagados a la organización a través de un cheque enviado a la dirección (para organizaciones de los Estados Unidos) o a través de una transferencia bancaria (para organizaciones latinoamericanas), según los documentos de verificación que hayan subido a la plataforma. También se solicita desde Hispanics in Philanthropy un recibo fiscal válido por los fondos recibidos o, en el caso de organizaciones latinoamericanas, una carta confirmando su recibo. Para algunas fechas claves, como el día de las mujeres, HipGive ha creado fondos de contrapartida a través de #GoMujeres. Para mayor información hagan [click aquí](#).

### Generosity → [generosity.com](http://generosity.com)

**PROPUESTA DE VALOR:** la nueva plataforma de IndieGoGo para causas sociales y ONG.

**TARIFA DE SERVICIO:** Ninguna, el grupo se queda con el 100% de las donaciones. Las donaciones se hacen con tarjeta de crédito y tienen un sobrecargo del 3% + \$ 0,30 por transacción que puede ser asumido por el propio mecenas o por el grupo. Las transferencias a bancos no estadounidenses tienen un coste de \$ 25,00 por transacción; ténganlo en cuenta a la hora de transferir los fondos, haciéndolo una única vez al final de la campaña. Asimismo, recuerden que es posible que su banco les cobre por convertir los fondos a la moneda local.

**¿ES NECESARIO RECAUDAR EL IMPORTE ÍNTEGRO?:** No.

**¿HAY TIEMPO LÍMITE?:** No.

**¿ES NECESARIO SER UN GRUPO LEGALMENTE REGISTRADO?:** No, cualquier persona puede realizar la campaña de microfinanciación colectiva; integrantes del mismo grupo o incluso cualquier persona en su nombre.

**NOTAS:** En estos momentos solo se aceptan donaciones en dólares estadounidenses y el pago con tarjeta de crédito. Al convertir los fondos a la moneda local, posiblemente su banco les cobrará una comisión. Generosity utiliza Stripe como pasarela de pagos. Una vez reciban su primera donación, pueden ver los fondos recaudados en la pestaña Fondos de la plataforma.

Generosity comunica el envío del importe recaudado a través de un correo electrónico de confirmación. Idiomas disponibles: inglés, español, alemán, francés. Es posible redactar su campaña en cualquier idioma, pero la plataforma se verá siempre en uno de esos cuatro idiomas.

## Global Giving → [globalgiving.org/](https://globalgiving.org/)

**PROPUESTA DE VALOR:** Alta visibilidad en la red de socios corporativos y filantrópicos de Global Giving. Ofrece formación, seminarios web gratuitos y programas especiales de donaciones de contrapartida.

**TARIFA DE SERVICIO:** 15%.

**¿ES NECESARIO RECAUDAR EL IMPORTE ÍNTEGRO?:** Mínimo \$ 5.000,00.

**¿HAY TIEMPO LÍMITE?:** Sí.

**¿ES NECESARIO SER UN GRUPO LEGALMENTE REGISTRADO?:** Sí, debe ser una organización de interés público registrada (en cualquier país).

**NOTAS:** La campaña de microfinanciación colectiva pasa por un proceso de validación por parte de la plataforma: es necesario recaudar \$ 5.000,00 de 40 mecenazas a través de un desafío abierto y en un plazo específico para poder utilizarla. Es necesario presentar informes trimestrales. Hay múltiples opciones para recibir los fondos recaudados, incluyendo cheques, transferencias bancarias (con sobrecargo), FXecute en moneda local (FXecute opera en 141 países) y transacciones internacionales con conversión de moneda sin costes. La operación tarda hasta dos semanas. No está disponible en Zimbabue, Ucrania, Argentina y otros.

---

## Cause Vox → [causevox.com](https://causevox.com)

**PROPUESTA DE VALOR:** Fácil de usar, la interfaz de usuario se puede personalizar. Buen servicio al cliente, tiene todo lo necesario para realizar campañas de microfinanciación individual y de grupos, incluyendo la gestión integrada de los proyectos/administración.

**TARIFA DE SERVICIO:** Hasta los \$ 5.000,00 no hay cobros mensuales; para recaudaciones superiores entre \$ 49,00 - \$ 129,00 mensuales + 2,5 - 4,25%.

**¿ES NECESARIO RECAUDAR EL IMPORTE ÍNTEGRO?:** No.

**¿HAY TIEMPO LÍMITE?:** Sí, pero es posible realizar donaciones después del término de la campaña de microfinanciación colectiva.

**¿ES NECESARIO SER UN GRUPO LEGALMENTE REGISTRADO?:** No, tanto personas como organizaciones pueden utilizar la plataforma.

**NOTAS:** Los pagos se realizan a través de Paypal o Stripe. Son plataformas similares, pero PayPal está presente en más países: [paypal.com/es/webapps/mpp/country-worldwide](https://paypal.com/es/webapps/mpp/country-worldwide). Actualmente Stripe acepta tarjetas de crédito en USD, GBP, AUD y CAD, pero es recomendable comprobar la información en su web. Las tarifas por transacción son del 2,9% + \$ 0,30 USD (sujeto a cambios). Stripe realiza depósitos a cuenta, basta informar los datos bancarios completos.

Stripe no está disponible en todos los países, pero tiene planes de expansión ([support.causevox.com/donation-processing/donation-processing-with-stripe](https://support.causevox.com/donation-processing/donation-processing-with-stripe)). Tiene un buen “centro de aprendizaje” que ofrece recursos sobre campañas de microfinanciación colectiva exitosas y recaudación de fondos en general ([causevox.com/learning-center/](https://causevox.com/learning-center/)).

---

## Catapult → [catapult.org](https://catapult.org)

**PROPUESTA DE VALOR:** Plataforma creada por y para mujeres para avanzar en la igualdad de género.

**TARIFA DE SERVICIO:** Ninguna, el 100% de las donaciones se queda con el grupo.

**¿ES NECESARIO RECAUDAR EL IMPORTE ÍNTEGRO?:** No está claro.

**¿HAY TIEMPO LÍMITE?:** No está claro.

**¿ES NECESARIO SER UN GRUPO LEGALMENTE REGISTRADO?:** No está claro.

**NOTAS:** Catapult parece ser la plataforma ideal para los grupos feministas, sin embargo da a entender que es solo por invitación y el proceso de selección no está muy claro.

## PIF World → [pifworld.com](http://pifworld.com)

**PROPUESTA DE VALOR:** Tienen un fondo de capital. El 100% de las donaciones se queda con el grupo.

**TARIFA DE SERVICIO:** 1,7% sobre el total de las donaciones + € 0,37 por transacción.

**¿ES NECESARIO RECAUDAR EL IMPORTE ÍNTEGRO?** No.

**¿HAY TIEMPO LÍMITE?:** No, pero una vez alcanzado el importe total de la campaña no se puede recaudar más y hay que retirar el dinero.

**¿ES NECESARIO SER UN GRUPO LEGALMENTE REGISTRADO?:** Parece que es necesario ser una organización holandesa.

**NOTAS:** Sede en Ámsterdam. PIF = Pay it Forward.

## YouCaring → [youcaring.com](http://youcaring.com)

**PROPUESTA DE VALOR:** Microfinanciación colectiva solidaria. Gratis.

**TARIFA DE SERVICIO:** Ninguna, el 100% de las donaciones se queda con el grupo tras el recargo del 2,9% del pago con tarjeta de crédito + € 0,30 por donación.

**¿ES NECESARIO RECAUDAR EL IMPORTE ÍNTEGRO?** No.

**¿HAY TIEMPO LÍMITE?:** No.

**¿ES NECESARIO SER UN GRUPO LEGALMENTE REGISTRADO?:** No

**NOTAS:** YouCaring es especialmente recomendable para cubrir gastos médicos y de salud, funerales, matrículas escolares, gastos familiares y de adopción, proyectos sociales de grupos espirituales, gastos con mascotas y animales, y demás causas comunitarias.

Los pagos en YouCaring se hacen a través de PayPal y WePay (solo en EE.UU.).



¿Cómo puede mi organización llevar a cabo una exitosa campaña de microfinanciación colectiva?

¡El secreto está en la preparación!



Estas son las 6 cosas que necesitan preparar antes de lanzar una campaña.

- 1 Seguramente ustedes querrán hacer una campaña SMART (¡brillante!) para maximizar las donaciones y el uso del tiempo. SMART es un acrónimo en inglés que significa INTELIGENTE/BRILLANTE.

# SMART

## Specific / Específica

¿Para qué están recaudando dinero? Marquen un objetivo.

## Measurable / Medible

¿Qué cantidad de dinero quieren recaudar? ¿Cómo se podrá medir el impacto que tendrá?

## Attainable / Alcanzable

Apunten alto, pero fijen una cantidad alcanzable.

## Relevant / Relevante

¿Por qué es fundamental recaudar esa cantidad de dinero en este momento? Debe ser una cantidad coherente con los gastos del proyecto. Subrayen la urgencia del tema en los comunicados.

## Time-Bound / Temporal

Fijen una fecha de inicio y de fin. Eso crea la sensación de temporalidad y urgencia.



## 2 Elaboren la campaña a partir de “La Historia Propia”, “La Historia Compartida” y “La Historia del Ahora”.

Compartan con el mundo quién es su grupo, qué justifica su existencia, cómo puede la gente formar parte de su comunidad uniéndose a “La Historia Compartida” al colaborar con su campaña. “La Historia del Ahora” es la razón por la que el mundo debe apoyar su grupo a través de esta campaña específica.

## 3 Creen un video para impulsar el éxito de la campaña.

Hagan un video para presentar la campaña, sean convincentes a la hora de explicar qué cambios quieren ver en el mundo, compartan cómo a través de esa iniciativa las donaciones tendrán impactos medibles. No olviden hacer una llamada a la acción: ¡Expliquen por qué necesitan dinero y pídanlo!

- [Aquí tienen algunos buenos ejemplos de videos](#) (en inglés).
- [Aquí un ejemplo de la Campaña #MujeresReconstruyendo sus comunidades elaborado por Semilllas](#) (en español)

## 4 Involucren a la comunidad

Interactúen con la comunidad en la plataforma de microfinanciación colectiva y en las redes sociales. Publicar algo nuevo todos los días es un buen comienzo. Etiqueten los contenidos para que las publicaciones se encuentren fácilmente. Establezcan donaciones relacionadas con objetivos concretos. Ejemplo: \$ 20,00 = cubre el transporte a 2 cursos de formación; \$ 50,00 = formación de 10 niñas en xyz cosa.

## 5 Asegúrense de escribir correos personales y claros.

Las personas suelen comprobar sus buzones de correos electrónicos en dispositivos móviles, por lo que el contenido de los correos debe ser fácil de leer, entender y responder. El mensaje ideal para recaudar fondos debe tener cuatro elementos:

- Una foto en buena calidad
- Una breve historia sobre su proyecto
- Un enlace o botón para hacer una donación
- Una llamada a la acción clara. Ejemplo: ¡Done \$ 20,00 hoy para ayudar a las jóvenes feministas a participar en la próxima manifestación!

[Aquí encontrarán excelentes recomendaciones](#) (en inglés) para escribir correos electrónicos dirigidos a diferentes tipos de colaboradores (internos, recientes, medios de comunicación).

## 6 Muestren gratitud

Sean amables, den las gracias en público y en privado.



## ¡Venga a organizarse!

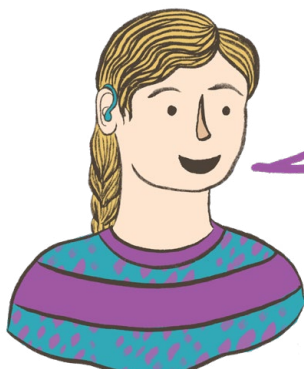
Incluso antes de lanzar la campaña el grupo debe tener aseguradas futuras donaciones: lo ideal sería el 30% del objetivo total de recaudación de fondos. ¿Y cómo se hace esto? Requiere organización y asegurarse de que el personal, el consejo de administración, les voluntaries y demás personas que puedan participar en la recaudación de fondos contacten con la gente de sus círculos personales. El dinero en la microfinanciación colectiva lo aportan las personas que ustedes conocen y también las personas que esas personas conocen. Animen a la gente de su entorno a unirse a la campaña y hacer donaciones en cuanto se lance la campaña.

[Aquí tienen un cuaderno de ejercicios](#) (documento .pdf en inglés, en la parte inferior de la página) para ayudar al personal, consejo de administración y voluntaries a desarrollar estrategias de divulgación. Calculen el importe aproximado de la donación de cada persona, sumen y dividan el total por la mitad (hay una probabilidad del 50% de que lo hagan). Esta suma combinada con los otros totales les dará una idea de cuánto dinero pueden esperar en los primeros días.

Además, les compartimos estos links en español donde pueden acceder a materiales gratuitos sobre el tema: [Winguweb](#), [RACI](#)

## Detallen la estrategia económica

Hay diferentes maneras de alcanzar el objetivo. Deben reflexionar sobre cómo conseguir el importe total y también el 30% inicial. Digamos que quieren recaudar un total de \$ 5.000,00; primero tendrán que obtener \$ 1.500,00 (el 30%). Al inicio de la campaña deben centrarse en las personas que podrían donar grandes cantidades; eso es hacer un buen uso de su tiempo y recursos, y marcará el ritmo del trabajo. Apunten alto, pidan grandes cifras pero alégrese de recibir importes un poco más bajos, es probable que de todos modos con esta estrategia hayan ya conseguido aumentar la cifra que originalmente les hubieran ofrecido. Calcúlenlo en función de lo que estiman que cada persona puede dar.



- Consigan 2 personas impulsoras que donen \$500 = \$1000
- Consigan 5 Colaboradores/as que donen \$100 = \$500
- Animen a les amigos y la familia a donar \$10 (50 personas), \$25 (40 personas), \$50 (10 personas)
- Organicen una cena o happy hour de recaudación de fondos a \$10 por persona (50 personas), o establezcan un rango de importes para aquellos que puedan pagar más o menos

Mantengan la comunicación con sus donantes una vez finalizada la campaña de microfinanciación; compartan fotos, videos, resultados y el impacto de su inversión, pregúntenles si desean seguir recibiendo noticias del grupo. Invítenles a algunos de sus eventos. ¡Esas personas podrían convertirse en donantes individuales permanentes! Usen la creatividad y compartan los éxitos con la comunidad. ¡A organizarse!



**PIE DE FOTO:** *Zaustavimo nasilje prije nego bude kasno (Detengan la violencia antes de que sea demasiado tarde) es un grupo de jóvenes feministas de Bosnia y Herzegovina, en su mayoría abogades con experiencia en la asistencia jurídica, cuya misión es defender y promover la no violencia.*

## Cómo poner en marcha un círculo de donantes en 7 pasos

*Un “círculo de donantes” es una herramienta colectiva que utilizan las personas que quieren reunir de mutuo acuerdo recursos para determinados asuntos o comunidades.*

Además de la donación económica, muchos círculos contribuyen con su tiempo y habilidades para apoyar causas locales. Asimismo, son una excelente manera de democratizar las decisiones en la filantropía, ya que generalmente conllevan una toma de decisiones de abajo hacia arriba entre los integrantes de la comunidad.

Los círculos de donantes son cada vez más populares; vecinos, amigos y colegas se unen para hacer donaciones concretas y significativas. El cambio sucede cuando hay constancia a lo largo del tiempo, aunque las cantidades sean pequeñas.

## Pongan en marcha un círculo de donantes en 7 pasos fáciles:

**1 Establezcan los objetivos y la estructura:** es importante tener un objetivo en mente y un plan de trabajo provisional. Es útil tener en cuenta algunas preguntas antes de establecer un círculo de donantes. Por ejemplo:

- Con qué frecuencia se reunirán?
- ¿Cómo definirán el enfoque de la financiación?
- ¿Dónde celebrarán las reuniones?  
¿En línea y/o presencialmente?
- ¿Qué contribución financiera (o rango) hará cada persona?
- ¿Cuál es el compromiso de tiempo y habilidades?
- ¿Quién coordinará el círculo?

**2 Den un nombre al círculo y definan su misión:** un nombre pegadizo siempre ayuda, pero con saber qué quieren lograr con esa iniciativa creativa es suficiente para empezar.

**3 Decidan dónde guardarán el dinero colectivo:** algunas opciones incluyen abrir una cuenta bancaria conjunta, elegir una persona para reunir y transferir el dinero a una cuenta bancaria o colaborar con una organización que actúe como administradora financiera de los fondos.

**4 Definan los temas de interés del círculo:** cambio climático, actitudes sexistas y cultura de la violación, derechos LGBTQI, derechos de los trabajadores sexuales, salud y derechos sexuales y reproductivos. Hay una serie de temas que el círculo puede priorizar. Es importante centrarse en aquello que quieren que la gente preste atención.

**5 Establezcan un proceso y unos criterios de financiación:** asegúrense de estar de acuerdo en cuanto a aceptar o no donaciones de otras organizaciones. Hay círculos que aceptan dinero de compañías y corporaciones, pero otros no. ¡Definan los principios del círculo ya al inicio y asegúrense de que todos están de acuerdo!

**6 Detallen la colaboración entre las personas en el círculo y los beneficiarios de la donación:** ¿a las personas en el círculo les gustaría hacer trabajo voluntario con los beneficiarios de la donación? ¡Ideas para pensar!

**7 Evalúen el círculo:** valoren regularmente los objetivos a corto y largo plazo del círculo, esto les ayudará a desarrollar un sentido de satisfacción con el trabajo que realizan y evidenciará el impacto de sus contribuciones. Traten de entender el impacto del círculo; escuchen abiertamente los comentarios de los beneficiarios del círculo.





**PIE DE FOTO:** *Woman's Gaze* fue fundado como un grupo activista informal de izquierda en Georgia en 2016, que luego se dividió para convertirse en un colectivo exclusivo de mujeres que promueve la visibilidad de la salud, la educación, las condiciones de trabajo y los problemas de vivienda que afectan a las mujeres.

## ¿Cómo trabajar con las embajadas?

*Las embajadas son las representaciones de los países en otros países, por ejemplo la Embajada Británica en Tailandia, o la Embajada de Kenia en Alemania. Son una de las fuentes de ingresos a largo plazo más efectivas para las organizaciones de la sociedad civil.*

Las embajadas cuentan con reservas de dinero que reciben de las capitales de sus países y a menudo desempeñan un papel de mediadoras entre la sociedad civil del país donde están ubicadas y sus propios gobiernos; suele tener una menor carga burocrática trabajar directamente con ellas que con un país.

Los recursos de las embajadas suelen destinarse a la cooperación cultural, económica, de seguridad, inmigración, legal y política; sin embargo, las secciones cultural, política y económica son las que más suelen interactuar con la sociedad civil.

## ¿Cómo entablar una relación con una embajada?

Las embajadas occidentales -en su mayoría europeas y norteamericanas- suelen ofrecer más apoyo financiero y de desarrollo de capacidades a las organizaciones de mujeres por compromisos políticos, intereses y disponibilidad de recursos. Sin embargo, no se limiten a ellas. ¿Y cómo contactarles?

Las embajadas que tengan las secciones mencionadas (pueden averiguarlo consultando su sitio web) deben ser la prioridad. Sin embargo, no todas las embajadas tienen suficiente personal para abordar cada tema por separado, en cuyo caso es recomendable contactarles a través de la dirección de correo electrónico principal.



En el correo electrónico deben presentar al grupo, mostrar interés en hacerlo personalmente y también en conocer más sobre el trabajo que realiza la embajada. Es recomendable adjuntar documentos del historial del grupo, informes anuales, informes de actividades, artículos escritos por las personas del equipo, fotos, enlaces a su web o redes sociales. El mensaje central del correo electrónico es la intención de reunirse con la embajada para presentar el trabajo del grupo. Si tienen una oficina, recibir a sus representantes en sus instalaciones es muy recomendable; es frecuente que quieran conocer a los activistas visitando su local de trabajo. Si no tienen un espacio de trabajo, o este no les parece adecuado para celebrar el encuentro, asegúrense de mencionar que podrían visitarles en la embajada o en dónde consideren. El siguiente paso sería llamarles para asegurarse de que recibieron el correo electrónico. Las llamadas telefónicas pueden ayudar en esa fase de contacto inicial.

*Recuerden: ¡Crean en ustedes mismas y confíen en el trabajo que hacen!  
¡Ustedes son las expertes y conocen perfectamente su trabajo!*



### **¿Flexibles? ¿Plurianuales? ¿Subvenciones generales?**

Todo depende de la embajada; algunas ofrecen subvenciones flexibles, pero la mayoría suele subvencionar programas o actividades específicos.

Las embajadas no suelen hacer convocatorias de propuestas en fechas determinadas, sino que otorgan subvenciones de manera continuada a lo largo del año. Las subvenciones varían entre unos pocos miles de dólares estadounidenses a 40-50.000, a veces incluso más. Gestionan sus recursos anualmente, así que en la reunión recuerden preguntarles cuándo reciben su presupuesto y cuándo lo distribuyen; esto les permitirá comprender qué actividades podrían cubrir si decidieran ofrecerles apoyo.

### **¿Qué pasa si su grupo no está registrado oficialmente y no tiene una cuenta bancaria?**

Es probable que esto represente un problema para la mayoría de las embajadas. Esas instituciones quieren asegurarse de que los recursos de su país se puedan rastrear fácilmente. Asimismo, al manejar dinero del estado prefieren apoyar organizaciones no gubernamentales reconocidas por el estado local; obviamente ignorando las circunstancias del país, los riesgos que conlleva el registro o si los grupos desean registrarse o no.

Pero si de todos modos desearan acercarse a una embajada para buscar fondos, podrían asociarse a una organización registrada y presentar una solicitud conjunta. Esto reduce el riesgo de que desestimen el grupo porque no está registrado.

## ¿Qué más podemos solicitar a una embajada?

*Las embajadas pueden ofrecer mucho más que fondos; establezcan una relación de confianza con esas instituciones:*

- Las embajadas pueden realizar el “monitoreo” y/o participación de eventos públicos; ya sea de intervenciones públicas o eventos por ejemplo para el 8 de marzo o marcha del orgullo. Sus responsables pueden participar y observar manifestaciones públicas para informar sobre la situación del contexto actual, incluso la inacción policial ante agresiones a los manifestantes o incluso violencia policial.
- ¡Inviten a sus representantes a asistir a los eventos del grupo, a participar como panelistas, a aprender más sobre su causa y a conocer a su comunidad!
- Si les interesa recibir la visita de personajes de su país vinculados al activismo, a la literatura, a la política, etc., pregúntenles si pueden ayudar con el contacto y también cubrir los gastos de viaje.
- Una vez consolidada la relación, pueden pedirles ayuda para hacer llegar los mensajes del grupo al poder político local y nacional; ese contacto seguramente les resulta más fácil a las embajadas que a la sociedad civil. Algunos ejemplos: legislación sobre delitos de odio, detención arbitraria, violencia contra las mujeres, ataques homofóbicos y transfóbicos, y el matrimonio infantil.
- Pregunten si ofrecen becas académicas a jóvenes activistas.
- Pregunten si ofrecen ayudas a jóvenes activistas para que visiten otras organizaciones con el objetivo de intercambiar ideas y estrategias.
- Pregunten si tienen muebles de oficina de los que vayan a deshacerse; las embajadas suelen renovar sus instalaciones a menudo y descartar muchas cosas nuevas y bonitas.
- Organicen un evento conjunto o averigüen si la embajada podría ayudarles a conseguir un espacio para realizar un evento o actividad. Algunas embajadas tienen “casas o espacios culturales” y suelen ayudar a muchas organizaciones y universidades ofreciéndoles la oportunidad de utilizarlos sin coste.

## ¿Podemos ofrecerles algo?

Sí, los grupos activistas también pueden ayudar a las embajadas. Muchas de estas instituciones publican informes anuales escritos por sus diplomáticos a partir de datos que provienen de su contacto directo con la sociedad civil, durante reuniones y visitas a los países. Como conocedores de la realidad de su país, el clima político, las violaciones de los derechos humanos y necesidades de la sociedad civil, ustedes pueden colaborar enormemente con la preparación de esos informes; compartan su conocimiento diciéndoles simplemente que quieren contribuir.

## ¿Tenemos que desplazarnos a la capital del país para contactarles?

Las embajadas están ubicadas en las capitales administrativas de los países, lo que puede representar un problema para los activistas de las áreas rurales. Por lo general, suelen tener además representaciones consulares, pero normalmente están ubicadas también en las ciudades principales.

No obstante, el personal de la embajada viaja a menudo a otras ciudades para contactar con toda la sociedad civil y conocer el país en su amplitud y no solo la capital. Pueden ponerse en contacto con la embajada para consultar si tienen planeado algún viaje a su región. También pueden invitarles a conocer su ciudad.

## Trabajar con las embajadas también puede ser un poco complicado...

Las embajadas con más recursos suelen utilizarlos como parte de su política exterior y son las más colaborativas. Probablemente el contacto con las representaciones occidentales les resultará más fácil, pero esto no debe impedirles acercarse también a otras embajadas porque hay diferentes maneras de colaborar.

Normalmente, como contrapartida al apoyo que ofrecen, les donantes solicitan que se incluya su logotipo en los materiales de comunicación: programas, folletos y libros. En el caso de las embajadas, en lugar del logotipo la imagen suele ser su bandera. Sin embargo, es comprensible que la inserción de una bandera en su material de comunicación pueda causarles problemas o malentendidos. Especialmente si trabajan en temas como la salud y los derechos sexuales, reproductivos o género, homofobia y transfobia, la inserción de una bandera extranjera podría transmitir la idea de que su trabajo y activismo no tienen lugar en la cultura local. Asimismo, podría distanciar al grupo de la comunidad de la que quiere ocuparse.

Por eso es importante mantener un diálogo directo y claro respecto a la manera de trabajar; si creen que algunas de las condiciones de la subvención o ayuda pueden perjudicar su trabajo, explíquenselo. Pero si no hay margen para el diálogo, probablemente no es la colaboración más indicada para el grupo.

Para terminar, lo más importante: ¡las embajadas siempre tienen algo que celebrar! Soliciten que les agreguen a su base de datos y suscríbanse a sus boletines; defender los derechos de las niñas y mujeres es un trabajo arduo y es conveniente hacer descansos.



## Herramientas tecnológicas gratuitas para organizaciones no gubernamentales

### Canva → [canva.com](https://canva.com)

Canva permite diseñar fácilmente imágenes y documentos sorprendentes. CanvaForWork es gratis para organizaciones sin fines de lucro.

### ActionSprout → [actionsprout.com](https://actionsprout.com)

Herramientas de gestión de Facebook para organizaciones sin fines de lucro.

### Google Drive → [google.com/drive](https://google.com/drive)

Conjunto de herramientas y espacio de almacenamiento para trabajar en equipo. Incluye documentos de texto, hojas de cálculo, presentaciones, formularios de encuestas, etc.

### Hootsuite → [hootsuite.com](https://hootsuite.com)

Hootsuite es una plataforma de gestión de redes sociales para organizaciones.

### Buffer → [buffer.com](https://buffer.com)

Programen, publiquen y analicen el desempeño de todas sus publicaciones en las redes sociales, todo en un solo lugar.

### Wix → [wix.com](https://wix.com)

Herramienta gratuita de desarrollo de sitios web.

### TechSoup Global → [meet.techsoup.org](https://meet.techsoup.org)

Productos de tecnología con descuento para organizaciones sin fines de lucro.

### Doodle → [doodle.com](https://doodle.com)

Herramienta para programar reuniones de grupos.

### WordPress → [wordpress.com](https://wordpress.com)

Herramienta gratuita de desarrollo de sitios web.

### Dropbox → [dropbox.com](https://dropbox.com)

Almacenamiento de archivos en la nube: documentos, imágenes, música y videos. Se puede utilizar como herramienta de colaboración para equipos.

### Box.org → [box.org](https://box.org)

Almacenamiento de archivos en la nube: documentos, imágenes, música y videos. Se puede utilizar como herramienta de colaboración para equipos.

### Eventbrite → [eventbrite.ca](https://eventbrite.ca)

Herramienta de gestión de entradas y eventos.

### piktochart.com → [piktochart.com](https://piktochart.com)

Herramienta de diseño infográfico de arrastrar y soltar fácil de usar, que permite exportar imágenes en alta resolución y PDF.

### Giphy → [giphy.com](https://giphy.com)

Giphy GIF Maker es una herramienta para crear GIF a partir de videos y secuencias de GIF con subtítulos.

### Picmonkey → [picmonkey.com](https://picmonkey.com)

Plataforma de edición de fotos fácil de usar que permite incrustar textos en las imágenes, añadir marcas de agua y crear collages de fotos a través de un simple proceso de arrastrar y soltar.

### VivaVideo Pro → [vivavideo.tv](https://vivavideo.tv)

Potente editor de video que permite recortar y combinar fácilmente clips de video y fotos para crear historias en video; es posible incluir música, pegatinas, filtros y subtítulos.



### WeVideo → [wevideo.com](http://wevideo.com)

Fácil de usar, WeVideo es una plataforma de edición de video en la nube que ofrece herramientas de animación, croma, voz en off y clip transformation.

### Mailchimp → [mailchimp.com](http://mailchimp.com)

Herramienta de gestión de la comunicación por correo electrónico.

### Creative Commons → [creativecommons.org](http://creativecommons.org)

Conjunto de instrumentos jurídicos de carácter gratuito que facilitan usar y compartir tanto la creatividad como el conocimiento (ejemplos: fotos, música, recursos educativos, blogs).

### Evite → [evite.com](http://evite.com)

Herramienta de gestión de invitaciones a eventos.

### Paperless Post → [paperlesspost.com](http://paperlesspost.com)

Herramienta de gestión de invitaciones a eventos (servicios gratis y de pago).

### Statista → [statista.com](http://statista.com)

Portal estadístico con datos de todo el mundo. Al igual que las citas célebres, las estadísticas pueden ser útiles para gestionar el contenido de su web, boletines de noticias y redes sociales.

### Noisli → [noisli.com](http://noisli.com)

Aumenten la productividad: mezclen diferentes sonidos y creen el ambiente perfecto.

### iStock → [istockphoto.com](http://istockphoto.com)

Millones de imágenes, ilustraciones, videos, y clips de música libres de derechos.



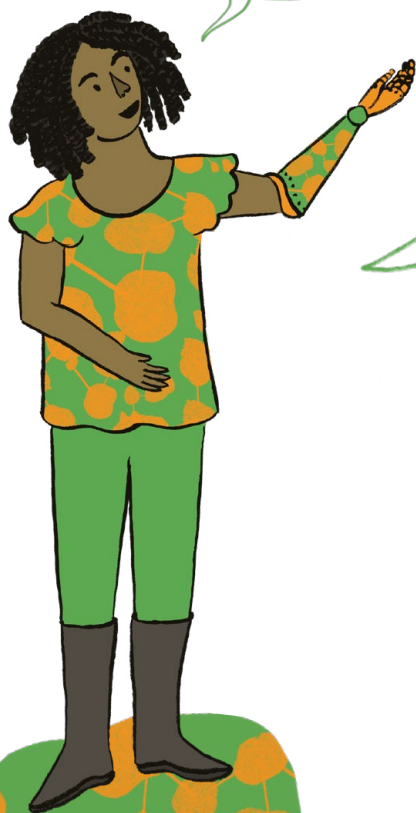
**PIE DE FOTO:** Jaringan Muda Melawan kekerasan Seksual (Red de jóvenes contra la violencia sexual) es un grupo feminista indonesio cuya visión es eliminar toda forma de violencia sexual.





**RECURSOS  
ADICIONALES**

¡Pinchen en el nombre de la organización para visitar su sitio web!



# Listado de financiadores seleccionados

[Volver a la página 15](#)

## Financiadores internacionales de los movimientos de mujeres

[Volver a la página 15](#)

### Amplify Change

**Prioridades:** Erradicación del matrimonio infantil y forzado, la violencia de género, el aborto inseguro. La defensa de los derechos LGBTQI, Salud sexual y Derechos reproductivos

**Contacto:**

(t) +44 (0)1225 436078

(@) amplifychange@manniondaniels

**Ubicación:** Universal House  
1-2 Queens Parade Place  
Bath, BA1 2NN,  
Reino Unido

### Oxfam International

**Prioridades:** Pobreza, Desarrollo y Derechos humanos.

**Contacto:** (@) information@oxfaminternational.org

**Ubicación:** Oxfam House  
John Smith Drive  
Oxford OX4 2JY,  
Reino Unido

### Fondo Global de Mujeres (Global Fund for Women)

**Prioridades:** Mujeres y niñas, Salud sexual y reproductiva, Derechos humanos de las mujeres, Empoderamiento económico y político, Tecnología, Erradicación de la violencia de género.

**Contacto:**

(@) info@globalfundforwomen.org

**Ubicación:**

800 Market Street  
Seventh Floor  
San Francisco, CA

1460 Broadway  
Nueva York, NY EE. UU.

### Ayuda de la Iglesia Noruega (Norwegian Church Aid)

**Prioridades:** Pobreza, Derechos humanos, Empoderamiento económico, Construcción de la paz, Resiliencia climática, Gobernanza de los recursos naturales, Violencia de género y Salud reproductiva.

**Contacto:** (@) nca-oslo@nca.no

**Ubicación:** Bernhard Getz gate 3,  
0165 Oslo, Noruega

### Astraea Lesbian Foundation for Justice

**Prioridades:** Derechos LGBTQI

**Contacto:**

(t) +1.212.529.8021

(@) info@astraeafoundation.org

**Ubicación:** 116 East 16th Street,  
7th Floor, Nueva York,  
NY EE. UU.

### Fundación ABILIS

**Prioridades:** Derechos de las personas con discapacidad

**Contacto:**

(t) +358 9 612 40 300

(@) abilis@abilis.fi

**Ubicación:** Lintulahdenkatu 10  
00500 Helsinki  
Finlandia

### Grassroots International

**Prioridades:** Medios de vida, Construcción de movimientos, Defensores de los derechos humanos

**Contacto:**

(t) + 1 617.524.1400

(skype) grassroots.international

(@) formulario de contacto en la web

**Ubicación:** 179 Boylston Street,  
4th Floor Boston,  
Massachusetts, EE. UU.

---

### Agencia Noruega de Cooperación al Desarrollo (NORAD)

**Prioridades:** Cambio climático y medio ambiente, Democracia y buen gobierno, Educación, Energía, Salud global, Educación superior e investigación, Desarrollo.

**Contacto:**

(t) +47 23 98 00 00

(@) postmottak@norad.no

**Ubicación:** Ruseløkkveien 26 0251  
Oslo, Noruega

---

### Canadá - Asuntos Exteriores, Comercio y Desarrollo (Department of Foreign Affairs, Trade & Development)

**Prioridades:** Seguridad alimentaria, Juventud, Crecimiento económico sostenible, Salud materna, del recién nacido e infantil, Medio ambiente, Conservación, Igualdad de género, Gobernanza

**Contacto:**

Embajadas y Consulados,  
Representaciones y oficinas comerciales en el extranjero.

---

### FRIDA | Fondo de Jóvenes Feministas

**Prioridades:** Derechos humanos de las niñas y mujeres jóvenes, Juventud.

**Contacto:**

(@) proposals@youngfeministfund.org, info@youngfeministfund.org

---

### Thousand Currents

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres, Economías locales, Medio ambiente, Conservación

**Contacto:**

(t) +1 415 824 8384

(@) info@thousandcurrents.org

**Ubicación:** 2120 University Ave  
Berkeley, CA  
94704, EE. UU.

---

### Fundación Bernard Van Leer

**Prioridades:** Educación, Niños y Niñas, Erradicación de la violencia contra la infancia.

**Contacto:**

(t) +31 (0)70 331 22 00

(@) info@bvleerf.nl

**Ubicación:** Lange Houtstraat 2,  
2511 CW, La Haya,  
Países Bajos

---

### Fundación Commonwealth

**Prioridades:** Gobernanza

**Contacto:**

(t) +44 (0)20 7930 3783

(@) foundation@commonwealth.int

**Ubicación:** Marlborough House,  
Pall Mall, Londres,  
Reino Unido

---

### Kvinna Till Kvinna

**Prioridades:**

Derechos humanos de las mujeres,  
Defensoras de los derechos humanos,  
Paz y seguridad

**Contacto:**

(t) +46 (0)8 588 891 00

(@) info@kvinnatillkvinna.se

(@) formulario de contacto en la web.

**Ubicación:** Slakthusplan 3, 121 62,  
Johanneshov, Suecia

---

### Fondo para los Derechos Humanos Mundiales (The Fund for Global Human Rights)

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres, Derechos de la infancia, Responsabilidad corporativa, Derechos LGBTQI, Estado de derecho

**Contacto:** (@) info@

globalhumanrights.org

**Ubicación:**

1301 Connecticut Avenue NW,  
Suite 400

Washington D.C, EE. UU.

1 Lyric Square

Londres W6 0NB, Reino Unido

---

### Fundación The Womanity

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres, Empoderamiento económico, Participación política

**Contacto:**

(t) +41 22 544 39 60

(@) info@womankind.org

**Ubicación:** 51/55 Route des Jeunes,  
1227 Carouge, Suiza

---

### Fundación Arcus

**Prioridades:** Derechos LGBTQI,  
Protección de los grandes simios

**Ubicación:**

44 West 28th Street,  
17th Floor  
Nueva York, NY, EE. UU.

**Contacto:**

(t) +1-212-488-3000

(@) formulario de contacto en la web.

CB1 Business Centre  
Leda House, 20 Station Road  
Cambridge CB1 2JD, Reino Unido

**Contacto:**

(t) +44-1223-653040

(@) formulario de contacto en la web

---

### Fundación Emerging Markets (EMpower)

**Prioridades:** Juventud, Niñas,  
Mujeres jóvenes

**Ubicación:**

111 John Street,  
Suite 2410,  
Nueva York, NY, EE. UU.

**Contacto:**

(t) +1212-608-4455

(@) empowerus@empowerweb.org

20-22 Bedford Row,  
Londres, Reino Unido

**Contacto:**

(@) empoweruk@empowerweb.org

9A Foo Cheong Building,  
82-86 Wing Lok Street  
Sheung Wan, Hong Kong, China

**Contacto:**

(@) empowerhk@empowerweb.org

---

### El Fondo Noruego de Derechos Humanos (NHRF)

**Prioridades:** Derechos civiles,  
Derechos humanos de las mujeres,  
Derechos del trabajo, Defensores de los derechos humanos, Derechos de la infancia, Justicia económica

**Contacto:**

(t) +47 22 42 57 34

(@) sandra.petersen@nhfrf.no

**Ubicación:** Amnistía Internacional  
Noruega, Grensen 3,  
Oslo, Noruega

---

### **Aga Khan Development Network (AKDN)**

**Prioridades:** Sociedad civil,  
Educación, Salud, Desarrollo rural

**Contacto:** formulario de contacto  
en la web

---

### **Fundación Ford**

**Prioridades:** Democracia,  
Compromiso cívico, Sociedad civil,  
Transparencia, Empoderamiento  
económico, Educación, Libertad  
de expresión, Derechos LGBTQI,  
Derechos humanos de las mujeres,  
Salud sexual y reproductiva,  
Derechos humanos, Reforma judicial,  
Oportunidades en las metrópolis,  
Desarrollo sostenible, Gestión de  
recursos naturales

**Contacto:**

(t) +(1) 212-573-5000  
(@) office-secretary@ford  
foundation.org

**Ubicación:** 320 East 43rd Street  
Nueva York, NY, EE. UU.

---

### **La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)**

**Prioridades:** Derechos humanos,  
Desarrollo, Salud, Medio ambiente,  
Conservación, Derechos humanos de  
las mujeres

**Contacto:**

(t) (+34) 91 583 81 00  
(@) centro.informacion@aecid.es

**Ubicación:** Avda. Reyes Católicos, no  
4, 28040, Madrid, España

---

### **Fundación para una Sociedad Justa (Foundation for a Just Society)**

**Prioridades:** Mujeres y niñas,  
Derechos humanos de las Mujeres,  
Derechos humanos, Derechos LGBTQI,  
Fondos de Mujeres

**Contacto:**

(t) 646-362-0039  
(@) info@fjs.org

**Ubicación:** 25 East 22nd Street  
Nueva York, NY,  
EE. UU., 10010

---

### **The Violet Jabara Charitable Trust**

**Prioridades:** Desarrollo, Derechos  
humanos de las mujeres

**Contacto:** (@) info@jabaratrust.org

**Ubicación:** Steven J. Wohl, Esq. 445  
Hamilton Ave., Suite 1102,  
Llanuras blancas,  
Nueva York, NY, EE. UU.

---

### **IM Swedish Development Partner**

**Prioridades:** Educación, Salud,  
Derechos humanos, Sociedad civil,  
Empoderamiento Económico

**Contacto:**

(t) +4646-32 99 30  
(@) individuell@manniskohjalp.se

**Ubicación:** IM Fabrikgatan 2 F  
P.O. Box 45  
SE-221 00 Lund, Suecia

---

### **Fundación Pro Victimis**

**Prioridades:** Justicia jurídica,  
Erradicación de la violencia de género,  
Discapacidades

**Contacto:** (@) formulario de contacto  
en la web

**Ubicación:** Rue Saint-Ours 5, 1205,  
Ginebra, Suiza

---

### **Fondo HowFund**

**Prioridades:** Derechos humanos  
de las mujeres, Juventud, Salud,  
Educación

**Contacto:** (@) sasha@howfund.org  
info@howfund.org

---

### **American World Jewish Service**

**Prioridades:** Salud y derechos  
sexuales, Derechos civiles y políticos,  
Derechos sobre la tierra y el agua

**Contacto:**

(t) +1 212.792.2900  
(@) awjs@awjs.org

**Ubicación:** 45 West 36th Street,  
Nueva York, NY, EE. UU.

---

### **Fundación Ananda**

**Prioridades:** Salud

**Contacto:**

(@) grants@anandafoundation.org

**Ubicación:** Hawái

---

### **Fundación Cherie Blair**

**Prioridades:** Derechos humanos  
de las mujeres, Empoderamiento  
económico

**Contacto:** (t) +44 (0)20 7724 3109

**Ubicación:** Londres, Reino Unido

---

### **Hivos International**

**Prioridades:** Alimentación y Energía  
limpias, Transparencia, Rendición de  
cuentas y transparencia del gobierno,  
Libertad de expresión, LBTQI, VIH/  
SIDA, Derechos humanos de las  
mujeres

**Contacto:** (@) info@hivos.nl

**Ubicación:** Raamweg 16, 2596, HL,  
La Haya, Países Bajos

---

### **Fundación Charles Stewart Mott**

**Prioridades:** Sociedad Civil, Medio  
Ambiente, Conservación, Educación

**Contacto:** (t) +1-810-238-565

**Ubicación:** Fundación Mott Building,  
503 S. Saginaw St., Suite  
1200, EE. UU

---

### **Fundación Elton John contra el VIH SIDA (EJAF)**

**Prioridades:** VIH/SIDA

**Contacto:** (@) formulario de contacto  
en la web

**Ubicación:** 1 Blythe Road  
Londres, W14 0HG  
Reino Unido

---

### **Fundación Rachel E. Golden**

**Prioridades:** Derechos humanos,  
Derechos de los indígenas, Medio  
Ambiente, Conservación

**Contacto:**

(@) rachelgolden@comcast.net

**Ubicación:** 7 Milburn Park  
Evanston, Illinois, EE. UU.

---

### **Comic Relief**

**Prioridades:** Maternidad, Salud del  
recién nacido y la infancia, Educación,  
Mujeres y niñas, Comunidades de  
barrios marginales

**Contacto:** (@) info@comicrelief.com

**Ubicación:** 89 Albert Embankment,  
Londres, Reino Unido

---



### International Women's Health Coalition

**Prioridades:** Derechos de las adolescentes, Salud sexual y reproductiva, Erradicación del matrimonio infantil, forzado y precoz, Aborto seguro y legal, Niñas

**Contacto:** (@) [info@iwhc.org](mailto:info@iwhc.org)

**Ubicación:** 333 7th Ave #601, Nueva York, NY, EE. UU., 1000

---

### Filia die Frauenstiftung

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:**

(@) [info@filia-frauenstiftung.de](mailto:info@filia-frauenstiftung.de)

**Ubicación:** Alte Königstraße 18, 22767 Hamburgo, Alemania

---

### United States Institute of Peace

**Prioridades:** Paz y seguridad, Prevención de conflictos, Resolución de conflictos, Gobernanza, Justicia

**Contacto:** (@) [formulario de contacto en la web](#)

**Ubicación:** 2301 Constitution Avenue, NW, Washington, DC 20037, EE. UU.

---

### Open Society Foundations

**Prioridades:** Derechos humanos

**Contacto:** (@) [formulario de contacto en la web](#)

**Ubicación:** 224 West 57th Street Nueva York, NY, EE. UU., 10019

---

### Fondo Disability Rights (Disability Rights Fund)

**Prioridades:** Derechos de las personas con discapacidad

**Contacto:**

(@) [info@disabilityrightsfund.org](mailto:info@disabilityrightsfund.org)

**Ubicación:** 89 South St #203 Boston, MA 02111 EE. UU.

---

### Programa de Ayuda Externa Neozelandesa (The New Zealand Aid Programme)

**Prioridades:** Desarrollo, Pobreza

**Contacto:** (@) [enquiries@mfat.govt.nz](mailto:enquiries@mfat.govt.nz)

**Ubicación:** 195 Lambton Quay Wellington 6160 Nueva Zelanda

---

### Action for World Solidarity (ASW)

**Prioridades:** Arte y cultura, Medio ambiente, Conservación, Derechos humanos, Justicia social, Empoderamiento de las mujeres, Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:** (@) [lateinamerika@aswnet.de](mailto:lateinamerika@aswnet.de)

**Ubicación:** Solidarische Welt e.V., Berlin, Alemania

---

### Fundación W.K. Kellogg

**Prioridades:** Salud infantil, Educación, Infancia, Participación ciudadana, Desarrollo

**Contacto:**

(t) +1 269.968.1611

(@) [formulario de contacto en la web.](#)

**Ubicación:** 1 Michigan Avenue East Battle Creek, MI 49017 EE. UU.

---

### Fondo The Freedom

**Prioridades:** Erradicación de la trata de personas y la esclavitud.

**Ubicación**

33 Irving Place Nueva York, NY, EE. UU., 10003

**Contacto:**

(@) [info@freedomfund.org](mailto:info@freedomfund.org)

Office 31, Level 2 26/36 Wharfdale Road Londres, Reino Unido

**Contacto:**

(@) [info@freedomfund.org](mailto:info@freedomfund.org)

---

### KIOS: Fundación Finlandesa para los Derechos Humanos (KIOS: The Finnish NGO Foundation for Human Rights)

**Prioridades:** Derechos humanos, Indígenas, Defensores de los derechos humanos, Derechos LGBTQI, Derechos humanos de las mujeres, Personas con discapacidad

**Contacto:** (@) [kios@kios.fi](mailto:kios@kios.fi)

**Ubicación:** Lintulahdenkatu 10 00500, Helsinki, Finlandia

---

### Fundación Oak

**Prioridades:** Infancia y juventud, Abuso infantil, Medio ambiente, Derechos humanos de las mujeres, Derechos humanos, Vivienda y desamparo, Diferencias de aprendizaje.

**Contacto:** (@) [info@oakfnd.ch](mailto:info@oakfnd.ch)

**Ubicación:** Case Postale 118 58, Avenue Louis Casaï 1216 Cointrin Ginebra, Suiza

---

### Fondo de Acción Urgente por los Derechos de las Mujeres (Urgent Action Fund | For Women's Human Rights)

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:**

(t) +(254) 20 2301740

(@) [info@urgentactionfund-africa.or.ke](mailto:info@urgentactionfund-africa.or.ke)

**Ubicación:** Riara Corporate Suites, 2nd Floor, Riara Road, Kilimani, Kenia

---

## Asia y el Pacífico

[Volver a la página 15](#)

### Give2Asia

**Prioridades:** Arte y cultura, Sociedad civil, Educación, Medio ambiente, Conservación, Salud, Derechos humanos, Infraestructuras, Medios de vida, Medios de comunicación, Servicios sociales, Mujeres y niñas, Respuesta a desastres

**Contacto:** (@) [info@give2asia.org](mailto:info@give2asia.org)

**Ubicación:**

340 Pine St #501, San Francisco, CA, EE. UU.

Room 1711, Chaowai Men Office Building A

No. 26 Chaoyangmenwai Street Chaoyang District, Beijing, China

---

### Nirnaya

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:** (@) [info@nirnaya.org](mailto:info@nirnaya.org)



**Ubicación:** Flat No. 11 Deepthi Apts.  
S.P. Road, Secunderabad  
500003, Telengana, India.

---

**Empoderando a las mujeres indonesias para la reducción de la pobreza (Empowering Indonesian Women for Poverty Reduction) (MAMPU) -**

**Departamento australiano de Asuntos Exteriores y Comercio**

**Prioridades:** Igualdad de género

**Contacto:** (t) +61 26261 1111

**Ubicación:** R G Casey Building  
John McEwen Crescent,  
Barton ACT 0221, Australia

---

**The Asia Foundation**

**Prioridades:** Desarrollo,  
Empoderamiento económico,  
Derechos humanos de las mujeres,  
Medio ambiente, Conservación

**Contacto:**

(@) sf.general@asiafoundation.org

---

**South Asia Women's Fund**

**Prioridades:** Derechos humanos,  
Derechos humanos de las mujeres,  
Desarrollo

**Contacto:** (@) sawfho@sawf.info

**Ubicación:** 126, Polhengoda Road,  
Colombo-5,  
Sri Lanka

---

**Unitarian Universalist  
Holdeen India Fund**

**Prioridades:** Mujeres, Derechos del  
trabajo, Pueblos indígenas, Minorías  
raciales y étnicas, Erradicación de la  
trata de personas y la esclavitud

**Contacto:** (@) holdeen@uua.org

---

**Dalit Foundation**

**Prioridades:** Arte y cultura,  
Defensoras de los derechos  
humanos, Desarrollo de capacidades  
organizacionales, Liderazgo, Derechos  
Dalit

**Contacto:**

(@) programmes@dalitfoundation.org

**Ubicación:** C - 58, Sótano, Extensión  
Sur - II, Nueva Delhi, India

---

**Solidarity Foundation**

**Prioridades:** Trabajadores sexuales,  
Derechos LGBTQI, Minorías sexuales

**Contacto:**

(t) +91.8197771372

(@) contacto@solidarityfoundation.in

**Ubicación:** S2 Manjushree  
Apartments,  
6th Cross UAS Layout,  
Sanjay Nagar  
Bangalore, India

---

**Peace Direct**

**Prioridades:** Mujeres que viven en  
situaciones de ocupación, conflicto,  
pos-conflicto, o guerra, Juventud

**Contacto:**

(t) +44 20 3422 5549

(@) peacedirectUSA@peace  
direct.org.

**Ubicación:** Studio 302,  
C Mare Street Studios,  
203-213 Mare St,  
Londres, Reino Unido

---

**Tewa**

**Prioridades:** Derechos humanos  
de las mujeres

**Contacto:**

(t) +977 1 5572654

+977 1 5572235

(@) info@tewa.org.np

**Ubicación:** Dhapakhel, Lalitpur  
P.O. Box: 11, Nepal

---

**Ananda Foundation – India**

**Prioridades:** Salud, Educación.  
Infancia, Empoderamiento de las  
mujeres, Personas con discapacidad

**Contacto:**

(@) smathew@anandafoundation.org

**Ubicación:** India.

---

**Manusher Jonno Organization  
(MJF)**

**Prioridades:** Derechos humanos,  
Erradicación de la violencia de género  
y del trabajo infantil, Derechos del  
trabajo, Rendición de cuentas y  
transparencia del gobierno, Economías  
locales, Poblaciones marginadas

**Contacto:** (@) info@manusher.org

**Ubicación:** House 47 Road No. 35,  
Dhaka 1212, Bangladesh

---

**Shadhika Foundation**

**Prioridades:** Mujeres y Niñas,  
Educación, Empoderamiento  
económico, Liderazgo

**Contacto:** (@) info@shadhika.org

**Ubicación:** 3253 Vallejo Street  
Denver, EE. UU.

Europa Central,  
Oriental, Cáucaso  
Central, Norte de Asia

[Volver a la página 15](#)

**Eurasia Partnership Foundation**

**Prioridades:** Participación ciudadana,  
Participación en la economía,  
Mejora de la formulación de  
políticas, Filantropía, Cooperación  
transfronteriza, Emprendimiento social

**Ubicación:**

3 Kavsadze Street  
0179 Tbilisi, Georgia

**Contacto:** (@) info@epfound.ge

**Ubicación:**

56 Zarobyan Str.,  
Yerevan 0009, Armenia

**Contacto:** (@) info@epfound.am

**Ubicación:**

44, J. Jabbarly Street,  
Caspian Plaza, 6th floor  
Baku AZ1065, Azerbaiyán

**Contacto:** (@) info@epfound.az

---

**Agència Catalana de  
Cooperació al Desenvolupament  
(Agencia Catalana de  
Cooperación para el desarrollo)**

**Prioridades:** Salud, Derechos  
humanos, Derechos del trabajo,  
Derecho al agua, Derechos humanos  
de las mujeres

**Contacto:** (@) cooperacio@gencat.  
cat

**Ubicación:** Via Laietana, 14, 08003,  
Barcelona, España

---

**Comisión Europea –  
PROGRESS**

**Prioridades:** Empleo, Inclusión y  
protección social, Condiciones de  
Trabajo

**Contacto:** (@) formulario de contacto en la web

**Ubicación:** Comisión Europea

---

### El Programa del Golfo árabe para el Desarrollo de las Naciones Unidas - AGFUND

**Prioridades:** Desarrollo, Derechos humanos de la mujer, Derechos humanos, Empoderamiento económico

**Contacto:** (@) prmedia@agfund.org

**Ubicación:** Arabia Saudita

---

### European Youth Foundation (Consejo de Europa)

**Prioridades:** Juventud

**Contacto:** (@) eyf@coe.int

---

### Chrest Foundation

**Prioridades:** Igualdad de género, Arte y cultura

**Contacto:**

(t) +1.972.999.4514  
+1.972.999.4502

**Ubicación:** 139 East John Carpenter Freeway, Suite 460 Irving, Texas, EE. UU.

---

### German Marshall Fund – Balkan Trust for Democracy

**Prioridades:** Participación ciudadana, Liderazgo juvenil, Rendición de cuentas y transparencia del gobierno, Filantropía, Integración euroatlántica, Diálogo y reconciliación

**Contacto:** (@) info@gmfus.org

**Ubicación:** 1744 R Street NW Washington, DC, EE. UU.

---

### Women's Fund in Georgia

**Prioridades:** Cambio social, Derechos humanos de las mujeres, Juventud

**Contacto:**

(t) +995 322 399998  
(@) ana@womenfundgeorgia.org

**Ubicación:** 8, Sergo Zakariadze Str., entrance 4, floor I, Apt. #74, Tbilisi 0177, Georgia

---

### German Marshall Fund – Black Sea Trust for Regional Cooperation

**Prioridades:** Gobernanza, Seguridad, Cooperación Transatlántica

**Contacto:** (@) info@gmfus.org

**Ubicación:** 1744 R Street NW Washington, DC, EE. UU.

---

### East Europe Foundation (Iniciativa de la Eurasia Foundation)

**Prioridades:** Desarrollo económico, Proyectos comunitarios locales, Gobernanza, Sociedad civil, Medio ambiente, Conservación, Energía

**Contacto:** ver los correos electrónicos del personal en la web

---

### Heart and Hand Fund

**Prioridades:** Derechos LGBTQI, Mujeres

**Contacto:** (@) kerrylobel@gmail.com

---

### The Rockefeller Brothers Fund

**Prioridades:** Desarrollo económico, Salud, Ciudades, Medio Ambiente, Conservación

**Contacto:**

(@) communications@rbf.org  
Formulario de contacto en la web

**Ubicación:** 475 Riverside Drive, Suite 900 Nueva York, NY, EE. UU.

---

### Mediterranean Women's Fund

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:**

(@) info@medwomensfund.org

---

### Eurasia Foundation of Central Asia

**Prioridades:** Participación ciudadana, Educación, Educación pública, Juventud, Responsabilidad social corporativa

**Contacto:** (@) bishkek@ef-ca.org

---

### Comisión Europea - Fondo Social Europeo

**Prioridades:** Empleo

**Contacto:** (@) formulario de contacto en la web

---

### Turkish Philanthropy Fund

**Prioridades:** Inversión social, Desarrollo, Igualdad económica, Derechos humanos de las mujeres, Educación, Respuesta a desastres

**Contacto:** (@) info@tpfund.org

**Ubicación:** 216 E 45th St, Nueva York, NY, EE. UU.

---

### Trag Foundation

**Prioridades:** Participación ciudadana, Juventud, Desarrollo sostenible, Filantropía

**Contacto:** (@) office@tragfondacija.org

**Ubicación:** Đevdelijska 19, 11 120, Belgrado, Serbia

---

### Ukrainian Women's Fund

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres, Empoderamiento económico, Mujeres jóvenes, Participación política

**Contacto:** (@) uwf@uwf.kiev.ua

**Ubicación:** 27 Chornovola Str., office 221, Kiev, 01135, Ucrania

---

### Visegrad

**Prioridades:** Participación ciudadana

**Contacto:**

(@) visegradfund@visegradfund.org

**Ubicación:** Kráľovské údolie 4570/8, 811 02 Bratislava, Eslovaquia

---

### Zennström Philanthropies

**Prioridades:** Derechos humanos, Medio ambiente, Conservación

**Contacto:** (@) info@zennstrom.org

**Ubicación:** 50 New Bond Street, Londres, Reino Unido

---

## América Latina y el Caribe

[Volver a la página 15](#)

### Appleton Foundation

**Prioridades:** Medio ambiente, Conservación, Derechos del trabajo, Paz y seguridad, Participación ciudadana

**Contacto:**

(@) fundappleton@baymoon.com

**Ubicación:** 77 Bloor Street West, Suite 1800A, Toronto, ON, Canadá

### Sociedad Mexicana Pro Derechos de la Mujer, A.C. (Semillas)

**Prioridades:** Mujeres y Trabajo, Derechos humanos de las mujeres, Salud sexual y reproductiva, Erradicación de la violencia de género

**Contacto:**

(t) (5255) 5553 2900

(@) buzon@semillas.org.mx

### Fundo Brasil

**Prioridades:** Sociedad civil, Defensores de los derechos humanos en todo Brasil, Accesibilidad a los recursos

**Contacto:**

(t) +55 11 3256-7852

(@) informacoes@fundodireitoshumanos.org.br

**Ubicación:** Rua Santa Isabel 137, CONJ 42, São Paulo, Brasil

### Fondo Alquimia

**Prioridades:** Derechos de mujeres y personas trans (niños, jóvenes, lesbianas, disidentes sexuales, indígenas, migrantes, rurales, pobladores, trabajadores de casa particular, trabajadores textiles en su domicilio y trabajadores sexuales, entre otros)

**Contacto:**

(@) s.mandujano@fondoalquimia.org

### Calala Fondo de Mujeres

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres, Derechos sexuales y reproductivos

**Contacto:**

(t) +34 933 011793

(@) calala@calala.org

**Ubicación:** C. Girona 25, principal 08010 Barcelona España

### The Angelica Foundation

**Prioridades:** Empoderamiento económico, Medio ambiente, Conservación, Justicia social, Derechos de los pueblos indígenas a la tierra, Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:**

(t) +1 505-955-1491

(@) info@angelicafoundation.org

**Ubicación:** 1688 Cerro Gordo Rd, Santa Fe, EE. UU.

### EcoViva

**Prioridades:** Medio ambiente, Conservación, Derechos humanos

**Contacto:**

(t) +1 (510) 835-1334

(@) info@ecoviva.org

**Ubicación:** 1904 Franklin St. Suite 203 Oakland, CA, EE. UU.

### Fondo de Mujeres del Sur

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres, Derechos del trabajo, LBTQI

**Contacto:**

(t) +54 351 4717173

(@) fondo@mujeresdelsur.org

Oficina Central  
Faustino Allende 245 "A", B° Cofico, Córdoba Capital, Argentina X5000NMB

(t) +54 351 4717173

(@) fondo@mujeresdelsur.org

Oficina País  
Legión Civil Extranjera 438 e/Hassler y Campos Cervera, B° Villa Morra, Asunción, Paraguay

(t) +595 961840012

(@) paraguay@mujeresdelsur.org

Ubicación: Uruguay  
Coordinación de programas

(t) +598 99 132 724

(@) uruguay@mujeresdelsur.org

### Fondo Centroamericano de Mujeres (FCAM)

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres, Movimientos de jóvenes feministas

**Contacto:** (@) info@fcmujeres.org

**Ubicación:** Rotonda el Güegüense  
4 cuadras al oeste, 1 cuadra al norte, Managua, Nicaragua

### Fondo para Jóvenes de Centroamérica y México (Fondo CAMY)

**Prioridades:** Juventud

**Contacto:** (@) camyfund@seaif.org

### Fundo de Investimento Social Elas

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:**

(@) elas@fundosocialelas.org

**Ubicación:** Rua Hans Staden, 21 – Botafogo, Cep 22281-060 – Rio de Janeiro, Brasil

### Fondo de Mujeres Bolivia, Apathi Jopueti

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:**

(@) apthapi.jopueti@fondodemujeresbolivia.org.bo

### Fondo de Mujeres Indígenas

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres indígenas

**Contacto:**

(@) nfo@iiwf.org

### Fondo Lunaria

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:**

(@) comunicaciones@fondolunaria.org

### Fondo de Acción Urgente Latinoamérica y El Caribe

**Prioridades:** fondo feminista regional para América Latina y el Caribe hispanohablante, que contribuye a la sostenibilidad y el fortalecimiento de las activistas y sus movimientos, con apoyos ágiles y rápidos ante situaciones de riesgo y oportunidad.

**Contacto:** formulario de contacto en la web

### Lambi Fund of Haiti

**Prioridades:** Medio ambiente, Conservación, Desarrollo de capacidades, Desarrollo económico, Desarrollo sostenible

**Contacto:** (@) info@lambifund.org

**Ubicación:** 10th floor,  
1050 Connecticut Ave NW,  
Washington, DC, EE. UU.

### Fund for Nonviolence

**Prioridades:** Justicia judicial

**Contacto:**

(@) mail@fundfornonviolence.org

**Ubicación:** 303 Potrero St # 54,  
Santa Cruz, CA, EE. UU.

### The William and Flora Hewlett Foundation

**Prioridades:** Desarrollo, Medio ambiente, Conservación, Filantropía, Educación, Derechos sexuales y reproductivos

**Contacto:** formulario de contacto en la web

**Ubicación:** 2121 Sand Hill Road  
Menlo Park, CA, EE. UU.

### Inter-American Foundation

**Prioridades:** Disminución de la pobreza, Gobernanza, Colaboraciones público-privadas

**Contacto:** (@) proposals@iaf.gov

**Ubicación:** 1331 Pennsylvania Ave.  
NW, Suite 1200 North  
Washington, DC, EE. UU.

### Rainforest Foundation US

**Prioridades:** Medio ambiente, Conservación, Tierra, Derechos indígenas

**Contacto:**

(t) +1 212-431-9098

(@) formulario de contacto en la web

**Ubicación:** 1000 Dean St #430,  
Nueva York, NY, EE. UU.

### General Service Foundation

**Prioridades:** Derechos humanos, Justicia económica, Derechos reproductivos, Derechos del trabajo, Responsabilidad corporativa, Movimientos comunitarios

**Contacto:**

(t) +1 970-920-6834

(@) sara@generalservice.org

**Ubicación:** 557 N Mill St # 201,  
Aspen, CO 81611, EE. UU.

### Hivos Central America

**Prioridades:** Alimentos sostenibles, Energía renovable, Rendición de cuentas y transparencia, Libertad de expresión, Derechos sexuales y diversidad, Empoderamiento de las mujeres

**Ubicación de la oficina regional:**

Del Centro Comercial Plaza Mayor 320 este, sobre el Boulevard Rohrmoser Pavas San José. Costa Rica

**Contacto:**

(t) +506 2231 08 48

+506 2296 07 06

(@) hivos.roca@hivos.org

**Ubicación de la oficina local:**

Receptor Principal Hivos Guatemala, 14 Calle "B" 12-05 Zona 10, Colonia Oakland, Guatemala

**Contacto :**

(t) +502 2505 0255

(@) info@hivos.org.gt

**Ubicación de la oficina local:**

De la entrada de Residencial Lomas del Valle 1 cuadra al oeste y 20 mts. al norte m/d, Managua, Nicaragua

**Contacto:** (t)+505 2705 761

Oriente Medio y  
Norte de África

[Volver a La página 15](#)

### African Women's Development Fund

**Prioridades:** Arte y cultura, Empoderamiento económico, Gobernanza, Paz y seguridad, Salud y derechos reproductivos

**Contacto:** (@) grants@awdf.org

**Ubicación:** Accra, Ghana

### Dot Connect Africa: Miss Africa

**Prioridades:** Educación, Tecnología, Mujeres y Niñas

**Contacto:**

(@) yes2dotafrica@dotconnectafrica.org

**Ubicación:** Ground Floor, CIC Plaza,  
Upper Hill, Mara Road,  
Kenia

### Mediterranean Women's Fund

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:**

(t) + 33 4 67 67 08 73

(@) info@medwomensfund.org

**Ubicación:** 5 rue Marceau 34000 –  
Montpellier Francia

### Arab Human Rights Fund

**Prioridades:** Derechos humanos

**Contacto:**

(t) +961-1-342900

(@) info@ahrfund.org

**Ubicación:** An-Nakheel Building,  
8th Floor, Bahrain Street,  
Caracas district  
Beirut

### Euro-Mediterranean Foundation of Support to Human Rights Defenders

**Prioridades:** Derechos humanos, Defensores de los derechos humanos

**Ubicación de la sede:**

Vestergade 16, 2nd floor  
DK-1456 Copenhagen, Dinamarca

**Contacto:** (t) +45 32 64 17 26

**Ubicación:**

Palestine Street, 80  
Lafayette 2001, Túnez

**Contacto:** (t) +216 71 32 25 73

**Ubicación:**

80, rue de Paris  
93 100 Montreuil, Francia

**Contacto:** (t) + 33 9 82 27 66 86



### Middle East Partnership Initiative of US State Department

**Prioridades:** Democracia, Empoderamiento de la mujer, Juventud, Desarrollo económico

**Contacto:** formulario de contacto en la web

**Ubicación:** Harry S Truman Building  
NEA/PI  
NEA Mailroom, Rm. B861  
2201 C Street NW.  
Washington, EE. UU.

## África Sub-sahariana

[Volver a La página 15](#)

### Fondo belga para la seguridad alimentaria (Reino de Bélgica - Asuntos exteriores, Comercio exterior y Cooperación para el desarrollo)

**Prioridades:** Seguridad alimentaria

**Contacto:** No disponible

**Ubicación:** Embajadas y consulados en todo el mundo

### The Other Foundation

**Prioridades:** Derechos LGBTI, Derechos humanos

**Contacto:**

(@) [admin@theotherfoundation.org](mailto:admin@theotherfoundation.org)

**Ubicación:** Postnet Suite 209,  
Johannesburgo, Sudáfrica

### Hivos Southern Africa

**Prioridades:** Alimentación sostenible, Energías renovables, Rendición de cuentas y transparencia, Libertad de expresión, Derechos sexuales y Diversidad, Empoderamiento de las mujeres

**Ubicación:**

20 Phillips Avenue,  
Belgravia, Harare, Zimbabue

**Contacto:**

(t) +263 (0) 4 706 704

(@) [rosaf@hivos.co.zw](mailto:rosaf@hivos.co.zw)

**Ubicación:**

Postnet Suite 515,  
Johannesburgo, Sudáfrica

**Contacto:**

(t) +27 (011) 726 1090

(@) [info@hivos.co.za](mailto:info@hivos.co.za)

### Dot Connect Africa: Miss Africa

**Prioridades:** Educación, Tecnología, Mujeres y Niñas

**Contacto:**

(@) [yes2dotafrica@dotconnectafrica.org](mailto:yes2dotafrica@dotconnectafrica.org)

(@) formulario de contacto en la web

**Ubicación:** Nairobi, Kenia

### Open Society Initiative for Southern Africa

**Prioridades:** Democracia, Derechos humanos

**Contacto:** (t) +27 (0)11 587 5000

**Ubicación:** 1 Hood Avenue/148  
Jan Smuts;Rosebank,  
Johannesburgo, Sudáfrica

### Hivos ROEA

**Prioridades:** Transparencia y Rendición de cuentas del gobierno, Transparencia, Libertad de expresión, LBTQI, VIH/SIDA, Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:**

(t) +254 725 451 729

(f) +254 789 451 729

(@) [info@hivos.or.ke](mailto:info@hivos.or.ke)

**Ubicación:** ACS Plaza, 3rd Floor  
Lenana Road,  
Nairobi, Kenia

### Firelight Foundation

**Prioridades:** Salud infantil, Educación. Infancia, Medios de vida, niñas

**Contacto:**

(t) +1.831.429.8750

(@) [info@firelightfoundation.org](mailto:info@firelightfoundation.org)

**Ubicación:** 740 Front Street,  
Suite 380,  
Santa Cruz, CA, EE. UU.

### Open Society Initiative for Eastern Africa

**Prioridades:** Participación ciudadana, Derechos humanos

**Contacto:**

(t) +254-20-698-4000

(@) formulario de contacto en la web

**Ubicación:** ACS Plaza, Lenana Road,  
Nairobi, Kenia

### Fonds pour les Femmes Congolaises

**Prioridades:** Derechos humanos de las mujeres

**Contacto:** (@) [contact@ffcrdc.org](mailto:contact@ffcrdc.org)

### Humanity United

**Prioridades:** Construcción de la paz, Libertad

**Ubicación:**

One Letterman Drive  
Building D, Suite D3100  
San Francisco, EE. UU.

**Contacto:**

(t) +1 415-426-6300

(@) formulario de contacto en la web

**Ubicación:**

1700 Pennsylvania Ave,  
N.W., Suite 520, Washington, EE. UU.

**Contacto:**

(t) +1 202-503-3200

(@) formulario de contacto en la web

### Open Society Initiative for West Africa

**Prioridades:** Democracia, Derechos humanos

**Ubicación:**

Stèle Mermoz  
Rue El Hadj Ibrahima Niassé  
MZ 83 X MZ 100  
B.P. 008 Dakar-Fann, Dakar

**Contacto:**

(t) +221 33 869 10 24

(f) +221 33 824 09 42

(@) [osiwa-dakar@osiwa.org](mailto:osiwa-dakar@osiwa.org)

**Ubicación:**

31 Murray Town Road  
Murray Town–Freetown  
Freetown

**Contacto:**

(t) +232 22 234 257

(@) [osiwa-freetown@osiwa.org](mailto:osiwa-freetown@osiwa.org)

**Ubicación:** 32/Plot 1266, Amazon  
Street, Off Alvan Ikoku  
Way, Ministers Hill,  
Maitama–Abuja, Nigeria



**Contacto:**

(t) +234 0809 657 6016  
+0813 257 0797

(@) osiwa-abuja@osiwa.org

**Ubicación:** Corner of 15th Street and  
Coleman Avenue, Sinkor,  
Monrovia, Liberia

**Contacto:**

(t) +231 880 680108

(@) osiwa-monrovia@osiwa.org

**Ubicación:** Immeuble AA,  
Cite Donka, bloc des  
professeurs  
Commune de Dixinn,  
Conakri, Guinea

**Contacto:**

(t) +224 628616178

(@) osiwa-guinee@osiwa.org

**Lambent Foundation**

**Prioridades:** Arte y Cultura

**Contacto:** No disponible

**MAC Aids Fund**

**Prioridades:** VIH/SIDA

**Contacto:**

(@) macaidsf@maccosmetics.com

**Ubicación:** 130 Prince Street,  
2nd Floor,  
Nueva York, NY, EE. UU.

**New Field Foundation**

**Prioridades:** Movimientos de base,  
Fortalecimiento de movimientos,  
Cambio estructural liderado por  
mujeres rurales

**Contacto:**

(t) + 1 415 561 3417

(@) info@newfieldfound.org

**Ubicación:** 1623 5th Ave,  
San Rafael, CA, EE. UU.

**UHA! – The East African Sexual  
Health and Rights Initiative**

**Prioridades:** Derechos humanos,  
Salud, Derechos Sexuales y  
reproductivos, Derechos LGBTQI

**Contacto:**

(t) +254 20 2330050

(@) info@uhai-eashri.org

**Wellspring Advisors**

**Prioridades:** Derechos humanos,  
Justicia social, Empoderamiento  
económico

**Ubicación:**

1441 Broadway, Suite 1600  
Nueva York, NY, EE. UU.

**Contacto:** (t) +1 (212) 609-2622

**Ubicación:**

11 Dupont Circle, Suite 300  
Washington, DC

**Contacto:** (t) +1 (202) 496-1502

**Women Fund Tanzania**

**Prioridades:** Derechos humanos de  
las mujeres

**Contacto:**

(t) +255 753 912 130

+255 (0) 22 266 47 53

(@) info@wft.or.tz

**Ubicación:** Plot Number 659,  
Mikoroshini Street  
(Old Bagamoyo Rd,  
Drive-in Area) Msasani,  
Dar es Salaam, Tanzania

**Women's Hope Education &  
Training (WHEAT) Trust**

**Prioridades:** Derechos humanos de  
las mujeres

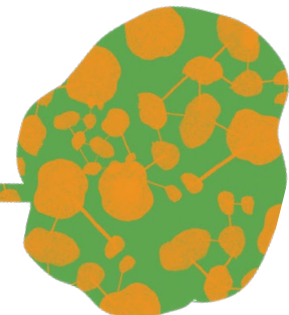
**Contacto:**

(@) director@wheattrust.co.za

grantapplications@wheattrust.co.za

communications@wheattrust.co.za

**Ubicación:** 20 Devonshire Road  
Unit 4 Devonshire Court  
Wynberg, Sudáfrica



**PIE DE FOTO:** The Fearless Collective, fundado por la artista contemporánea Shilo Shiv Suleman, es un colectivo de artistas visuales, activistas, profesionales de la fotografía y el cine que usan su talento para abordar la cultura de la violación y la violencia de género.

# Recursos adicionales

- [“Movilización de Recursos para el Cambio Social: Guía Práctica para Organización de Derechos Humanos de Las Mujeres”](#), por el Fondo Global de Mujeres.
- [“Collective Change: The Value of Mobilizing Local Resources for Women’s Rights in the Global South and East”](#), by Prospera – International Network of Women’s Funds. (en inglés)
- [“¿Dónde está el dinero?”](#) por AWID.
- [“Resource Mobilization: A Practical Guide for Research and Community-Based Organizations”](#), por Venture for Fundraising. (en inglés)
- [“How to Write Amazing Fundraising Appeals: A quick guide to inspiring more donations with a compelling message”](#), por Network for Good. (en inglés)
- [“The Funders Collaborative on Youth Organizing’s Roots Initiative Toolkit”](#), por Funders Collaborative on Youth Organizing. (en inglés)
- [“Gender Transformative Giving: A Report on the Next Phase of Feminist Philanthropy”](#), por Women’s Funding Network. (en inglés)
- [“¿Quién puede financiar mi trabajo por los derechos de las mujeres?”](#) por AWID. (en inglés)
- [“Prospect Research Workbook”](#), por NOZA.
- [“Lista de Posibles Donantes para África”](#) por Make Every Woman Count. (en inglés)



# ¡MUCHAS GRACIAS!



Grupo de Trabajo de Movilización de Recursos de FRIDA

Fondo Global de Mujeres

International Network of Women's Funds



Asociación para los Derechos de las Mujeres y el Desarrollo – AWID

Venture for Fundraising

Network for Good



The Funders Collaborative on Youth Organizing

Marshall Ganz