



afrus

| <https://afrus.org/>

Páginas de Donación que Más Han Recaudado en 2025

Estrategias reales y aplicables de
las ONGs que lideran el
fundraising digital este año.



¿Por qué creamos este ranking?

En afrus trabajamos con cientos de organizaciones sociales en América Latina. Sabemos que una buena página de donación puede multiplicar los resultados, pero muchas veces no está claro cómo debería ser una página efectiva.

Este informe recoge las 10 páginas, que desde afrus, han recaudado más en el primer semestre del 2025, con ejemplos reales, cifras concretas y aprendizajes que puedes aplicar desde hoy.

¿Cómo elegimos las 10 más efectivas?

Seleccionamos las páginas con mejor rendimiento en campañas activas dentro de afrus, evaluando:

- Claridad del mensaje
- Elementos visuales que motivan la acción
- Optimización para dispositivos móviles
- Tasa de conversión (visita → donación)
- Resultados tangibles: volumen o crecimiento de donaciones



Top 10 Páginas de Donación





Amazon Forever – Salva el bosque, educa el futuro

Objetivo: Recaudar fondos para implementar el Método Huayo, una estrategia educativa que conecta a las infancias amazónicas con la conservación de su entorno.

Lo que destaca:

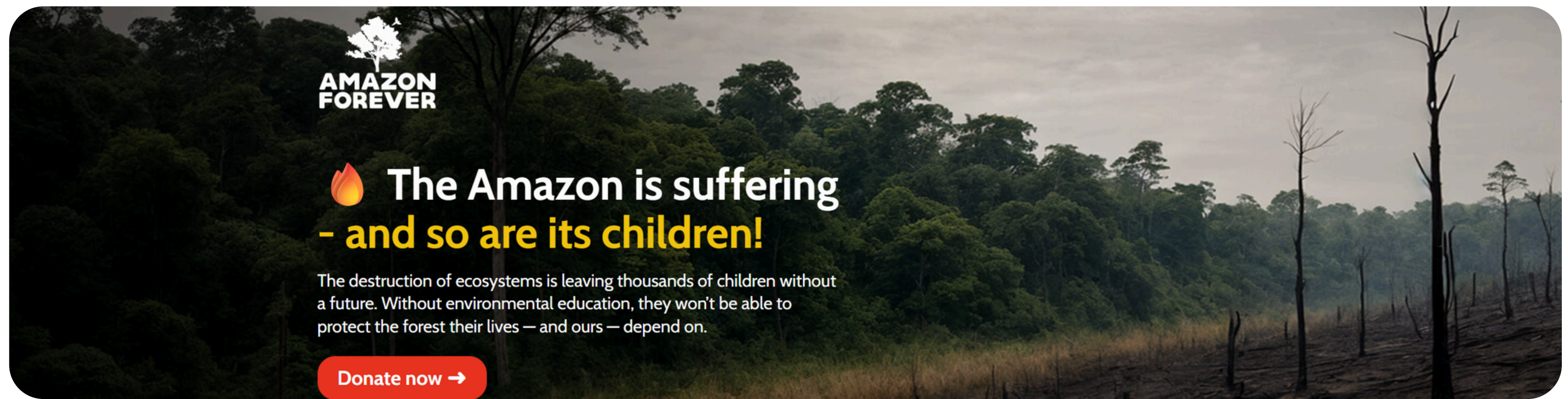
- Diseño limpio con una propuesta visual coherente con la naturaleza.
- Mensaje emocional y directo: conecta la educación infantil con la protección del bosque.
- Uso de cifras concretas: muestra el impacto de una donación con datos claros (ej. “\$15 ayuda a formar a un niño como guardián del bosque”).
- Testimonio real y destacado que humaniza la causa.

[CLICK PARA VER LA LANDING](#)

Resultado: Incremento notable en donaciones recurrentes desde el lanzamiento, especialmente por parte de turistas y viajeros sensibilizados con la causa.

Lecciones que puedes aplicar:

- Conecta tu causa con una visión de futuro clara (“educar para conservar”).
- Usa datos específicos y montos con equivalencias.
- Un diseño simple y bien narrado puede transmitir más que muchos elementos técnicos.





Artículo 19 – Campaña global por la libertad de expresión

Objetivo: Recaudar fondos para proteger a periodistas y personas defensoras de derechos humanos, y denunciar la censura y la violencia contra quienes alzan la voz.

Lo que destaca:

- Mensaje potente desde el primer segundo: “La libertad de expresión está bajo ataque”.
- Diseño sobrio y contundente, que transmite urgencia y seriedad.
- Uso estratégico de testimonios y casos reales que visibilizan el problema.
- Botones de donación claros y bien ubicados, con opción de recurrencia.

[CLICK PARA VER LA LANDING](#)

Resultado: Incremento de más del 60% en donaciones mensuales durante la primera etapa de la campaña, con mayor apoyo desde países como México, Colombia y Argentina.

Lecciones que puedes aplicar:

- Un mensaje claro y urgente puede movilizar a públicos diversos.
- Las causas abstractas (como la libertad de expresión) pueden volverse personales si usas testimonios e historias reales.
- La coherencia visual y narrativa refuerza la credibilidad.



Cruz Roja Colombiana – #NoEstánSolos

Objetivo: Recaudar fondos para brindar asistencia inmediata (alimentos, refugio, salud y agua) a familias damnificadas por inundaciones y deslizamientos.

Lo que destaca:

- Mensaje de empatía y acción inmediata: “Esta emergencia no da tregua. Tú puedes ayudar hoy”.
- Visuales impactantes de la emergencia real, que conectan emocionalmente.
- Botones de donación simples y adaptados para urgencia, con valores predefinidos y claros.
- Refuerza la confianza con el respaldo de una marca sólida y reconocida como la Cruz Roja.

Resultado: Alta conversión durante los primeros días de emergencia, especialmente en donaciones únicas de público general y empresas solidarias.

Lecciones que puedes aplicar:

- Las campañas de emergencia deben comunicar urgencia y solución directa.
- Usar imágenes reales y testimonios otorga credibilidad y moviliza más rápido.
- Las marcas confiables que activan rápido generan una respuesta más alta del público.

[CLICK PARA VER LA LANDING](#)



#NOESTÁNSOLOS
COLOMBIA ESTÁ
BAJO EL AGUA

Más de 400.000 personas lo han perdido todo, las lluvias arrasaron sus casas. Hoy no tienen dónde dormir, qué comer ni agua para sobrevivir.

DONAR AHORA

Fundación Católica Sanar – Sanar con esperanza

Objetivo: Recaudar fondos para cubrir tratamientos médicos, apoyo psicológico y acompañamiento espiritual a niñas y niños en condiciones críticas de salud.

Lo que destaca:

- Tono profundamente humano y esperanzador, con énfasis en la fe y el cuidado integral.
- Imágenes cálidas que muestran el rostro de los beneficiarios con dignidad y ternura.
- Botones de donación con montos sugeridos y equivalencias claras (“Con \$20 ayudas a cubrir medicamentos vitales”).
- Refuerzo emocional y espiritual que conecta con donantes de fe católica.

Resultado: Alta retención en donaciones recurrentes, especialmente en campañas alineadas con fechas religiosas (Cuaresma, Navidad).

Lecciones que puedes aplicar:

- Conectar tu causa con los valores espirituales de tu audiencia puede generar donaciones más comprometidas.
- Mostrar el rostro humano del sufrimiento acompañado de esperanza genera una conexión profunda.
- Incluir equivalencias en los montos ayuda a visualizar el impacto de la donación.

[CLICK PARA VER LA LANDING](#)



Miles de personas sufren enfermedades crónicas... sin apoyo físico, emocional ni espiritual.

Las enfermedades crónicas no solo deterioran el cuerpo: también afectan el alma. Quienes las padecen suelen enfrentar el dolor en soledad, sin acceso a una atención integral que alivie su carga física, emocional y espiritual.

[Dona ahora](#)



Fundo Brasil – Doe agora pelos direitos humanos

Objetivo: Recaudar fondos para financiar iniciativas locales que luchan contra la violencia policial, el racismo, la discriminación de género y otras injusticias sociales.

Lo que destaca:

- Lenguaje claro, firme y con enfoque en justicia social: “Doe para mudar realidades”.
- Diseño directo, sin distracciones, con foco total en el mensaje y el formulario de donación.
- Ofrece donación mensual o única con opciones rápidas y montos accesibles.
- Refuerza credibilidad al explicar el destino del dinero y mostrar impacto colectivo.

[CLICK PARA VER LA LANDING](#)

Resultado: Crecimiento sostenido de su comunidad de donantes mensuales, especialmente en audiencias jóvenes comprometidas con causas sociales.

Lecciones que puedes aplicar:

- La claridad en el propósito genera confianza y moviliza acción.
- Si tu causa es social y sensible, no temas ser directo con el problema que combates.
- Menos elementos, mejor narrativa: una página simple con enfoque puede ser más efectiva que una sobrecargada.



Obras del Espíritu Santo – Multiplica el amor, transforma una vida

Objetivo: Recaudar fondos para alimentación, educación, acompañamiento espiritual y acogida a miles de personas atendidas por la obra.

Lo que destaca:

- Estilo cálido, con fuerte carga emocional y espiritual: conecta desde la fe, la compasión y el impacto humano.
- Imágenes reales y emotivas que transmiten cuidado, comunidad y esperanza.
- Montos sugeridos con equivalencias claras (“Con \$50 ayudas a alimentar a un niño por una semana”).
- Ofrece la opción de donación mensual o única, con foco en el amor como motor de cambio.

[CLICK PARA VER LA LANDING](#)

Resultado: Alta conversión en donaciones recurrentes, especialmente en comunidades religiosas y durante campañas solidarias especiales.

Lecciones que puedes aplicar:

- Conectar emocionalmente a través de valores compartidos (fe, amor, compasión) puede ser muy poderoso.
- Mostrar el impacto directo de la donación en la vida de una persona es más efectivo que hablar en abstracto.
- Las imágenes auténticas de quienes reciben el apoyo generan confianza y cercanía.



Ninguna persona merece vivir con hambre, frío o desesperanza

1 de cada 5 hogares en Costa Rica vive en pobreza y miles enfrentan condiciones extremas de miseria, exclusión y abandono.

Dona ahora





Inmensamente – Por una salud mental accesible para todos

Objetivo: Recaudar fondos para sostener consultas psicológicas, programas comunitarios y acompañamiento emocional en zonas con altos niveles de pobreza y trauma.

[CLICK PARA VER LA LANDING](#)

Lo que destaca:

- Mensaje claro y directo: “Tu donación hace posible una atención digna y oportuna”.
- Diseño sobrio, profesional y centrado en la confianza, lo cual refuerza la credibilidad en un tema sensible como la salud mental.
- Testimonios reales de personas que han sido acompañadas, con frases que conectan profundamente.
- Opción de donación recurrente destacada, lo que permite planear sostenibilidad.

Resultado: Aumento progresivo en la base de donantes individuales, especialmente gracias al storytelling emocional y la claridad del propósito.

Lecciones que puedes aplicar:

- En causas sensibles como la salud mental, la empatía y el profesionalismo deben equilibrarse.
- Los testimonios humanizan el problema y muestran el impacto de forma tangible.
- La claridad y el enfoque en soluciones reales hacen que el mensaje sea más confiable.

En el Día de la
Madre elige

ser
Inmenso

Porque cuando regalas con propósito, el amor llega por partida doble: mamá recibe un regalo inmenso y un niño o niña de InmensaMente, el apoyo que necesita. ¡Haz tu pedido ahora!

Compra ahora



💧 Agua por la Vida – El agua es un derecho, no un privilegio

Objetivo: Recaudar fondos para implementar sistemas de captación, filtración y distribución de agua en zonas que sufren escasez hídrica.

Lo que destaca:

- Mensaje contundente y movilizador desde el inicio: “Miles de familias aún no tienen acceso a agua segura”.
- Diseño visual atractivo que combina naturaleza, tecnología y rostro humano del problema.
- Cifras claras y urgentes: “Cada \$20 permite instalar filtros para una familia durante un mes”.
- Buen equilibrio entre explicación técnica (cómo funciona el sistema) y conexión emocional.

[CLICK PARA VER LA LANDING](#)

Resultado: Alta efectividad en campañas específicas por país, especialmente en momentos de crisis climática o sequía.

Lecciones que puedes aplicar:

- Las causas tangibles como el agua pueden conectar con una audiencia amplia si muestras claramente el problema y la solución.
- Un mensaje que combina derecho humano + impacto técnico genera mayor compromiso.
- Utiliza cifras simples, visuales limpias y un lenguaje directo.

Un desafío urgente

🚨 **Más de 4 millones de colombianos carecen de acceso a agua potable segura**

Millones de colombianos viven sin acceso a agua potable segura. En comunidades rurales, la falta de infraestructuras y la contaminación de fuentes hídricas ponen en riesgo la salud y el desarrollo de miles de familias. El acceso al agua no solo afecta la nutrición y la higiene, sino que también limita oportunidades de educación y crecimiento.

Dona ahora





Acción Verde – Salvemos la selva, salvemos el planeta

Objetivo: Recaudar fondos para plantar árboles nativos, restaurar ecosistemas degradados y proteger la biodiversidad de la región.

Lo que destaca:

- Mensaje poderoso de acción colectiva: “Cada árbol cuenta. Cada donación deja raíz”.
- Visuales verdes, frescos y llenos de vida que refuerzan el mensaje ecológico.
- Uso de equivalencias simples: “Con \$10 plantas un árbol. Con \$50 reforestas un área completa”.
- Incluye testimonios de comunidades locales beneficiadas y mapas del impacto.

[CLICK PARA VER LA LANDING](#)

Resultado: Campaña viral en redes sociales con fuerte apoyo de jóvenes, influencers ambientales y donantes internacionales.

Lecciones que puedes aplicar:

- Las causas ambientales se potencian con imágenes naturales, datos claros y llamados a la acción concretos.
- El lenguaje visual debe reforzar la urgencia y la esperanza.
- Mostrar resultados visibles (como árboles plantados o mapas) genera confianza y seguimiento.



Colombia pierde 20 hectáreas de bosque cada hora. En 2024, 107,000 hectáreas fueron arrasadas.

 **Actúa ahora** antes de que sea demasiado tarde.

Cada hora, el equivalente a 28 campos de fútbol desaparece bajo el fuego, la tala y la expansión agrícola. La selva se reduce, los ríos se secan y cientos de especies pierden su hogar.

Fundación Niños de los Andes – Cambiando vidas con amor y protección

Objetivo: Recaudar fondos para brindar atención 24/7 a menores en riesgo, incluyendo alimentación, educación, salud emocional y construcción de un nuevo hogar de acogida.

Lo que destaca:

- Historia real que atrapa desde el primer segundo: la historia de ‘María’ permite entender el impacto concreto de cada donación.
- Diseño limpio, emocional y directo, con colores suaves y un enfoque centrado en el niño.
- Opción clara para donación mensual o puntual, con énfasis en sostenibilidad.
- Refuerzo visual del proyecto de construcción, lo que permite a los donantes ver “en qué se convertirá su ayuda”.

[CLICK PARA VER LA LANDING](#)

Resultado: Alto compromiso emocional y tasa de conversión destacada en campañas que combinan storytelling + objetivo tangible (el nuevo hogar).

Lecciones que puedes aplicar:

- Contar una historia bien elegida es más poderoso que mostrar cifras aisladas.
- Vincular cada donación con una meta visible (como una casa, escuela o beca) multiplica el impacto.
- Las emociones bien canalizadas con un llamado a la acción claro generan apoyo sostenido.

Un problema urgente que no podemos ignorar

En Colombia, 11 millones de niños viven en pobreza extrema. Miles sobreviven en las calles.

Dona y ayúdanos a rescatar, alimentar y educar.

Dona ahora



¿Te gustaría mejorar tu página de donación?

En afrus trabajamos con cientos de organizaciones sociales en América Latina para que logren más donaciones, mayor recurrencia y una mejor experiencia digital para sus donantes.

Si quieres que te ayudemos a evaluar tu página actual y te demos recomendaciones personalizadas, agenda una sesión gratuita con nuestro equipo o contáctanos directamente.



Escríbenos a
customer@afrus.org



Agenda una sesión
[Click aquí](#)



Escríbenos a WhatsApp
[+57 301 5994592](#)