

**¿Cuáles son las claves para la acción filantrópica en Nigeria?
Oportunidades y amenazas**

MEMORIA METODOLÓGICA

1. Fase previa:

- **Problema analítico:** Identificar los factores clave que condicionan la acción filantrópica en Nigeria para una *family office* con sede en Hong Kong, con el fin de maximizar el impacto y minimizar riesgos.
- **Destinatario:** El *Principal* de la *family office*. Se trata de un hombre de negocios de origen nigeriano que está en proceso de establecer una *family office* en Hong Kong con el objetivo (entre otros) de llevar a cabo negocios (fundamentalmente en materia de tecnología) entre China y algunos países de África, con foco inicial en Nigeria. Sus principales áreas de interés son la educación y las cuestiones de género; si bien se muestra abierto a otro tipo de proyectos si presentan una buena oportunidad de impacto social. Los socios chinos de cada proyecto tendrán cierta importancia a la hora de elegir las prioridades y suelen tener un interés más genérico, el alivio de la pobreza.
- **Necesidades:** Se requiere información de contexto fiable y actualizada para diseñar estrategias filantrópicas efectivas, acordes a las prioridades del *Principal* (educación y género) y compatibles con las de los socios chinos. Con las conclusiones de esta investigación se podrán tomar decisiones tales como:
 - Qué proyectos y materias priorizar (oportunidades)
 - Número y perfil de socios locales (ONGs, gobierno u otras instituciones)
 - Definir y minimizar riesgos

2. Fase de planificación: Desgranado de la pregunta:

Para la identificación de las necesidades de información se ha subdividido la pregunta principal del proyecto “¿Cuáles son las claves para la acción filantrópica en Nigeria?” en:

- ¿Cuáles son las principales áreas de necesidad en Nigeria relevantes para la acción filantrópica?
- ¿Qué actores y redes pueden facilitar la implementación de iniciativas filantrópicas en el país?
- ¿Qué riesgos y desafíos enfrenta la filantropía en el contexto nigeriano?
- ¿Qué factores deben considerarse para priorizar intervenciones?
- ¿Qué mecanismos pueden favorecer la sostenibilidad y el impacto de las acciones filantrópicas?
- ¿Cómo se compatibilizan los intereses chinos y con las necesidades locales en los proyectos?

Estas necesidades de información han guiado la selección de fuentes y la estructuración de conclusiones.

3. Fase de obtención:

Para la obtención de información se ha recurrido fundamentalmente a fuentes abiertas (OSINT), tales como informes de instituciones internacionales, índices en materia de desarrollo, informes temáticos (educación y género,), bases de datos especializadas, *toolkits* elaborados por foros de filantropía y prensa local e internacional.

Si bien no se ha sido posible acceder a información de fuentes humanas (HUMINT), se ha identificado una serie de puntos de contacto que serán relevantes en la aplicación futura de este informe y para el desarrollo de la estrategia filantrópica de la empresa (se citan instituciones y *networks* en tanto en cuanto pueden facilitar el acceso a expertos/contactos con información relevante):

- Membresía en Foros/asociaciones de filantropía como el *Global Philanthropy Forum* y su capítulo africano, el *African Philanthropy Forum*. Y más específicamente para Nigeria, la Nigerian Network of NGOs.
- Instituciones en HK especializadas en filantropía internacional (Centre for Asian Philanthropy and Society) o África (Africa Center Hong Kong).
- Contactos personales en la red del *Principal* de la *family office*.
- Búsqueda de expertos en redes profesionales abiertas como LinkedIn.

Para la validación de la fiabilidad de las fuentes se ha recurrido a informes de instituciones internacionales reconocidas (FMI, ONU, Banco Mundial) y en casos como las bases de datos abiertas se ha comprobado la fuente original de los datos presentados.

En el caso de medios, se ha tenido en cuenta la reputación editorial de los mismos.

De forma activa se ha corroborado de forma cruzada la coherencia entre distintas fuentes para detectar inconsistencias y posibles sesgos.

Se puede encontrar la relación de fuentes consultadas/citadas al final de este documento.

4. Fase de tratamiento:

Los datos necesarios para la redacción de este informe no requirieron transformaciones al no tratarse de un tema muy cuantitativo.

En el caso particular de los datos de género, sí se descargaron los datos brutos de Naciones Unidas, se consultaron variables desagregadas y se hicieron algunos cálculos para una presentación más clara de los datos.

5. Fase de análisis:

Se inició el análisis con un **PESTEL**, extrayendo aquellas variables que podrían ser relevantes para la acción filantrópica en Nigeria. Las variables de mayor interés en este tema fueron las sociales, legales y políticas. Una vez identificadas las oportunidades (entendidas como nichos de actuación filantrópica o factores que pueden favorecerla) se confrontaron con las capacidades y características de la empresa en una lógica **DAFO**, para formular las recomendaciones que se plantean en el informe.

Por otro lado, **como añadido a esta información, se mapeó a algunos agentes clave en el ecosistema filantrópico de Nigeria**. De este modo se pudieron citar agentes clave, así como

recomendar algunos contactos de utilidad para la aplicación de este informe en la ejecución de la estrategia filantrópica.

Estas herramientas fueron elegidas por su aplicabilidad a entornos complejos y por facilitar la toma de decisiones estratégicas.

6. Fase de difusión:

Este proyecto se presenta en forma de informe ejecutivo (2 páginas), acompañados de la memoria metodológica que describe el proceso completo de confección del informe.

Respecto al tipo de informe, de acuerdo con la clasificación presentada en el máster, se trata de un informe:

- Según su finalidad: Informe evaluativo. Evalúa la viabilidad de la acción filantrópica en Nigeria, contextualiza los riesgos y oportunidades, y propone líneas de actuación concretas. El informe también contiene un elemento explicativo, pues pretende presentar información detallada y relevante para la toma de decisiones
- Según su uso: Informe estratégico. Proporciona una visión de medio/largo plazo, identifica oportunidades y amenazas relevantes para el posicionamiento filantrópico de la *family office*, y plantea recomendaciones generales orientadas a la planificación, no a la ejecución inmediata/directa de acciones.
- Según la necesidad: Informe actual. Atiende una necesidad concreta del receptor (el *Principal* de la *family office*): orientar la estrategia filantrópica en Nigeria (prioridades, zonas de actuación y socios estratégicos). No se trata de un informe recurrente, o que se produzca en un contexto de emergencia.
- Según el ámbito geográfico: Informe sobre un estado: Nigeria
- Segun la(s) temática(s): Informe específico. Aborda temas concretos de desarrollo en Nigeria, tales como educación, género, seguridad o el marco específico para actividades de filantropía. No se trata de un análisis generalista del país.

7. Fase de retroalimentación:

- Identificar con claridad la definición de prioridades (foco en educación y género) facilitó el análisis.
- Ante la dificultad de acceder a fuentes primarias en tiempo limitado, se recurrió a fuentes secundarias con un plan de seguimiento HUMINT.
- La elaboración del informe ha sido útil para la puesta en práctica de las herramientas presentadas en el master.
- El trabajo ha proporcionado una base práctica para el desempeño profesional inmediato y futuros informes en contexto africano. Será más sencillo llevar a cabo un análisis similar si se aborda un nuevo país en la estrategia filantrópica de la *family office*.
- La elaboración del informe ha servido para ampliar la información al servicio de la toma de decisiones
- Este trabajo ha ayudado a identificar intereses/necesidades formativas (África, acción humanitaria, ONGs, etc.)

Fuentes:

- **About Our Organization.** WRAPA Nigeria, Women's Rights Advancement and Protection Alternative, <https://www.wrapanigeria.org/about/>
- **Africa Center Hong Kong.** Africa Center Hong Kong, www.africacenterhk.com/.
- **African Philanthropy Forum.** African Philanthropy Forum, www.africanpf.org/.
- **Banco Mundial.** *Nigeria Economic Update*. The World Bank, www.worldbank.org/en/country/nigeria/publication/nigeria-economic-update.
- **Centre for Asian Philanthropy and Society.** *Centre for Asian Philanthropy and Society*. CAPS, www.caps.org/.
- **Challenges and Opportunities Facing African NGOs in 2025.** *African NGOs*, David Barnard, 27 Feb. 2025, www.africanngos.org/2025/02/27/challenges-and-opportunities-facing-african-ngos-in-2025/.
- **Education | UNICEF Nigeria.** "UNICEF Nigeria, www.unicef.org/nigeria/education
- **Global Data.** *Fragile States Index*, The Fund for Peace, www.fragilestatesindex.org/global-data.
- **Global Philanthropy Forum.** *Network*. Global Philanthropy Forum, www.philanthropyforum.org/Network.
- **International Monetary Fund (IMF).** *Nigeria: Staff Country Reports*. IMF, www.imf.org/en/Countries/NGA
- **Nigeria - ACLED.** ACLED – Armed Conflict Location & Event Data, www.acleddata.com/country/Nigeria.
- **Nigeria Human Development Report.** *United Nations Development Programme (UNDP)*, www.undp.org/nigeria/publications
- **Nigeria Humanitarian Response Plan 2025.** "Humanitarian Action, www.humanitarianaction.info/plan/1274
- **Nigeria.** International Center for Not-for-Profit Law (ICNL), ICNL, www.icnl.org/our-work/nigeria.
- **Nigeria.** Transparency International, www.transparency.org/en/countries/nigeria.
- **Nigerian Network of NGOs (NNNGO).** Nigerian Network of NGOs. NNNGO, www.nnngo.org/.
- **Teach for Nigeria.** Teach for Nigeria, <https://teachfornigeria.org/>.
- **The Guardian Nigeria.** www.guardian.ng, Guardian Newspapers
- **United Nations Development Programme.** *Gender Inequality Index (GII)*. UNDP, www.hdr.undp.org.
- **United Nations Development Programme.** *Human Development Index (HDI)*. UNDP, www.hdr.undp.org.
- **United Nations.** *Sustainable Development Goals Report: Nigeria Country Insights*. www.un.org/sustainabledevelopment.
- **Vanguard News.** www.vanguardngr.com, Vanguard Media Limited