

ARTÍCULO ORIGINAL

El impacto de la monetización de las redes sociales en el empleo juvenil y la productividad económica en el mercado laboral de Nigeria

The Impact of Social Media Monetization on Youth Employment and Economic Productivity in Nigeria's Labor Market

Jamiu Adeniyi Yusuf,[†] Isaac Olakunle Oludoyi,[‡] y Dauda Musa Segun[¶]

[†]Fountain University, Osogbo, Nigeria; ORCID: 0009-0000-3915-4347

[‡]Elizade University, Ilara-Mokin, Ondo State, Nigeria; ORCID: 0009-0005-2120-7400

[¶]University of Windsor, Ontario, Canada; ORCID: 0000-0001-6721-6947

*Correspondencia al correo: yusufadeniyijamiu@gmail.com; Isacolakunle4@gmail.com; Daudas@uwindsor.ca

(Recibido 13 de mayo, 2025; aceptado 7 de agosto, 2025)

Resumen

Este estudio explora el impacto de la monetización de las redes sociales en el empleo juvenil y la productividad económica en el mercado laboral de Nigeria. A medida que plataformas digitales como Instagram, YouTube y TikTok ofrecen a los jóvenes nigerianos oportunidades para generar ingresos, también están transformando los patrones tradicionales de empleo. La investigación examina la naturaleza ambivalente de la monetización de las redes sociales, equilibrando su potencial para el empoderamiento económico con los desafíos relacionados con la seguridad laboral, la volatilidad de los ingresos y la productividad. Utilizando regresión logística multinomial, el estudio analiza datos de encuestas aplicadas a jóvenes nigerianos involucrados en el emprendimiento digital para determinar sus efectos en los resultados laborales y en la productividad económica. Los hallazgos clave destacan que, si bien las redes sociales ofrecen oportunidades de empleo flexibles, también pueden desviar tiempo de otras actividades productivas, con implicaciones para el crecimiento económico a largo plazo. El estudio concluye con recomendaciones de políticas para optimizar los beneficios del emprendimiento digital, al mismo tiempo que aborda sus desafíos, con el objetivo de integrar estos patrones emergentes de trabajo en el marco económico más amplio de Nigeria.

Palabras clave: Monetización de Redes Sociales, Empleo Juvenil, Productividad Económica, Mercado Laboral Nigeriano, Emprendimiento Digital

Clasificación JEL: E24, J21, J24

Abstract

This study explores the impact of social media monetization on youth employment and economic productivity in Nigeria's labor market. As digital platforms like Instagram, YouTube, and TikTok offer young Nigerians opportunities for income generation, they also reshape traditional employment patterns. The research examines the dual-edged nature of social media monetization, balancing the potential for economic empowerment against the challenges of job security, income volatility, and productivity. Utilizing Multinomial Logistic Regression, the study analyzes survey data from Nigerian youth engaged in digital entrepreneurship to determine the effects on employment outcomes and economic productivity. Key

findings highlight that while social media provides flexible employment opportunities, it may also divert time from other productive activities, with implications for long-term economic growth. The study concludes with policy recommendations to optimize the benefits of digital entrepreneurship while addressing its challenges, aiming to integrate these emerging work patterns into Nigeria's broader economic framework.

Keywords: Social Media Monetization, Youth Employment, Economic Productivity, Nigerian Labor Market, Digital Entrepreneurship.

JEL Classification: E24, J21, J24

1. Introducción

Las redes sociales han revolucionado la forma en que las personas se comunican y realizan negocios, creando nuevas oportunidades económicas, especialmente entre los jóvenes. En Nigeria, plataformas como Instagram, Facebook, YouTube y TikTok se han vuelto importantes para los jóvenes creadores de contenido, ofreciéndoles oportunidades de generar ingresos mediante la monetización. Esta transición digital ha proporcionado una importante fuente de empleo en un país donde el desempleo juvenil sigue siendo una preocupación acuciante. Sin embargo, si bien la monetización en redes sociales ofrece flexibilidad y posibles beneficios financieros, plantea interrogantes sobre su impacto a largo plazo en el mercado laboral y la productividad económica en general.

El auge de las redes sociales ha coincidido con cambios significativos en el mercado laboral nigeriano. Ante la dificultad de los sectores laborales tradicionales para absorber a la creciente población juvenil, las redes sociales se han convertido en un espacio crucial para la participación económica. Este cambio se alinea con las tendencias globales, donde las plataformas digitales se están convirtiendo en un elemento central de las actividades económicas (De Stefano, 2016). Sin embargo, a pesar de sus posibles beneficios, la informalidad del empleo impulsado por las redes sociales presenta desafíos, como la seguridad laboral, la volatilidad de los ingresos y la falta de supervisión regulatoria. Estos desafíos requieren una comprensión más profunda de cómo la monetización de las redes sociales impacta los patrones de empleo juvenil y la productividad económica general.

Uno de los problemas clave es el equilibrio entre el tiempo dedicado a la creación y el consumo de contenido y otras actividades productivas. Si bien las redes sociales pueden ser una fuente importante de ingresos, el tiempo excesivo invertido en estas plataformas puede restarle valor a otras actividades productivas, lo que podría afectar el crecimiento económico (Kässi y Lehdonvirta, 2018). Por ejemplo, los jóvenes pueden renunciar a oportunidades laborales o educativas tradicionales, lo que podría tener implicaciones a largo plazo en su desarrollo profesional y la productividad general de la economía.

Además, el impacto de la monetización de las redes sociales en el mercado laboral nigeriano debe examinarse desde la perspectiva de las teorías económicas relacionadas con la productividad y la dinámica del mercado laboral. El auge de la economía colaborativa y el emprendimiento digital ha alterado las estructuras laborales tradicionales, creando una economía paralela que opera en gran medida al margen de los marcos regulatorios formales (Autor, 2015). Este cambio tiene implicaciones significativas para la formulación de políticas, ya que los gobiernos deben encontrar maneras de integrar estas actividades digitales en el marco económico más amplio para maximizar sus beneficios y mitigar sus posibles inconvenientes.

La literatura destaca tanto los aspectos positivos como los negativos de esta transformación digital. Por un lado, las redes sociales ofrecen una plataforma para la innovación, la creatividad y el autoempleo, contribuyendo a la diversificación económica y la resiliencia (Banco Mundial, 2019). Por otro lado, la falta de estructuras formales puede conducir a la explotación y la inestabilidad de los ingresos, con una proporción significativa de la población joven potencialmente subempleada o involucrada en actividades de baja productividad (Solow, 1956).

Al comprender la dinámica de la monetización en redes sociales, los responsables políticos pueden desarrollar estrategias que impulsen el crecimiento del emprendimiento digital, garantizando al mismo

tiempo que estas actividades contribuyan positivamente a la economía. Este estudio busca comprender la doble naturaleza de la monetización en redes sociales y ofrecer recomendaciones para optimizar sus beneficios y abordar sus desafíos. Los hallazgos serán valiosos para las partes interesadas, como educadores, empleadores y responsables políticos, a la hora de desenvolverse en la economía digital y promover el crecimiento económico sostenible en Nigeria.

El rápido auge de las redes sociales como potencia financiera pone de relieve la necesidad de constantes revisiones políticas e investigación. Dado que los jóvenes nigerianos buscan empleo en plataformas de internet cada vez con mayor frecuencia, es crucial comprender las consecuencias más importantes de este cambio. Al analizar cómo la monetización de las redes sociales afecta el empleo juvenil y la producción económica, este estudio busca cerrar la brecha de conocimiento. Para impulsar el crecimiento de la economía nigeriana, el objetivo es ofrecer ideas políticas realistas que alimenten los debates sobre el futuro del empleo en la era digital.

Los avances tecnológicos han impulsado el rápido auge del emprendimiento digital y la economía colaborativa, abriendo nuevas oportunidades y desafíos para el mercado laboral. Particularmente en Nigeria, donde los altos niveles de desempleo juvenil plantean importantes problemas económicos, las redes sociales se han convertido en un canal principal para la generación de ingresos. Gran parte de la literatura actual sobre esta tendencia, mientras tanto, se enmarca en una lucha ideológica más amplia entre dos puntos de vista diferentes. Las perspectivas postkeynesianas y socialistas se vinculan con una perspectiva a veces denominada "intervencionista" o "decrecentista". Esta perspectiva aboga por el control estatal para obtener resultados equitativos y plantea inquietudes sobre el desempleo tecnológico. Por el contrario, la perspectiva "liberal" o "desarrollista", arraigada en la economía austriaca y neoinstitucional, considera el emprendimiento tecnológico como un vehículo para el progreso y la eficiencia de la sociedad. Debemos analizar cuidadosamente los estudios actuales desde la perspectiva de esta controversia, identificar lagunas y evaluar las técnicas de investigación actuales para comprender plenamente las consecuencias de la monetización de las redes sociales.

1.1 El emprendimiento digital y el auge de la economía colaborativa

La economía colaborativa ha transformado las estructuras laborales tradicionales al permitir formas de trabajo flexibles, a corto plazo y, a menudo, digitales. Según De Stefano (2016), esta economía se ha desarrollado gracias a las tecnologías digitales, que también han brindado oportunidades para participar en diversos trabajos, en su mayoría informales. Sin embargo, esta investigación se centra principalmente en países ricos, lo que significa que desconocemos la situación en países más pobres como Nigeria.

El Banco Mundial (2019) destaca cómo la creación de nuevas oportunidades de empleo a través del emprendimiento digital puede contribuir a la reducción del desempleo en los países en desarrollo. Sin embargo, el informe no analiza exhaustivamente cómo este tipo de negocio afecta al mercado laboral actual, especialmente en lugares con infraestructura digital deficiente. Además, Kenney y Zysman (2016) examinan cómo las tecnologías digitales podrían transformar sectores, pero no investigan cómo estas plataformas encajan en la teoría económica más convencional en las zonas menos desarrolladas. Estas ideas positivas encajan con la perspectiva liberal/desarrollista, que considera la economía colaborativa como una forma de que las personas creen sus propios negocios e impulsen el crecimiento económico (Huerta de Soto, 2024). Sin embargo, otros expertos son más críticos y comparten las preocupaciones intervencionistas. Zalega (2018) analiza cómo la economía colaborativa afecta a la economía y la sociedad, afirmando que puede generar ingresos en lugares con mucha gente desempleada. Sin embargo, la investigación no abarca lo suficiente cómo estos ingresos son sostenibles ni cómo podrían afectar a las industrias más convencionales a largo plazo. Donovan et al. (2016) también se quejan de la economía colaborativa porque agrava la desigualdad de ingresos y la inseguridad laboral, especialmente en lugares con pocos recursos. Los estudios sobre la inestabilidad del trabajo en plataformas digitales, que destacan los peligros que enfrentan los trabajadores sin las protecciones laborales habituales (véanse, por ejemplo, Grecu y Grecu, 2021; Utz, 2022), también respaldan este punto de vista.

La investigación de Oyemomi et al. (2019) en Nigeria destaca cómo el emprendimiento digital

contribuye a la creación de empleo para los jóvenes. Sin embargo, ignora algunas de las posibles desventajas, como la saturación del mercado y la poca estabilidad del trabajo temporal. De igual manera, Adejumo y Adegbite (2019) ofrecen información sobre el panorama empresarial en Nigeria, pero no vinculan estos hallazgos con indicadores más amplios de la producción económica.

1.2 Los efectos de las redes sociales en las industrias de empleo convencionales

Las redes sociales han transformado el mercado laboral convencional al generar nuevos empleos, como creadores de contenido e influencers. Kässi y Lehdonvirta (2018) demuestran que, si bien estos roles ofrecen flexibilidad laboral, también generan preocupación por la estabilidad laboral y la falta de beneficios laborales convencionales. Si bien esta investigación aborda diversos temas, se centra principalmente en los países occidentales.

Castells (2010) examina el impacto de la revolución digital en el trabajo y observa que, si bien surgen nuevos puestos de trabajo, los convencionales suelen desaparecer. Refiriéndose al concepto de desempleo tecnológico, o la «falacia ludita», famosamente examinada por Keynes (1930), según la cual la tecnología podría superar la creación de nuevos empleos, este desplazamiento constituye un argumento importante contra las políticas intervencionistas. Lee et al. (2015) analizan cómo las redes sociales han impulsado el auge de puestos de trabajo en marketing digital, pero no analizan realmente cómo este cambio afecta a los empleos en el marketing tradicional.

Investigación de Nduka et al. (2020) en Nigeria analiza las posibilidades que ofrecen las redes sociales para el trabajo juvenil, pero no aborda los desafíos de la transición de las carreras profesionales convencionales a las plataformas digitales. Si bien su investigación ignora las consecuencias laborales más generales, Edewor et al. (2019) analizan cómo las redes sociales han alterado el comportamiento del consumidor y han impactado en las ocupaciones minoristas convencionales. Ogundele y Opeoluwa (2018) también exploran cómo las redes sociales podrían ayudar a las industrias tradicionales al ampliar su alcance de mercado. Sin embargo, su investigación no ofrece pruebas contundentes de si dicha asistencia se traduce en mejoras generales del empleo o simplemente redistribuye los puestos actuales.

1.3 Teorías económicas relevantes para la dinámica del mercado laboral y la productividad

Desde perspectivas opuestas de ideas económicas intervencionistas y liberales, el debate sobre las consecuencias financieras de la monetización de las redes sociales es más claro. Como señala Solow (1956), las ideas económicas clásicas y neoclásicas otorgan gran importancia a la productividad laboral como un factor clave del rendimiento económico. Sin embargo, estas ideas a veces prevén estructuras laborales oficiales, que podrían no reflejar con precisión la complejidad de las profesiones impulsadas por las redes sociales.

Desde una perspectiva intervencionista, el carácter errático y a veces inestable del empleo digital plantea importantes interrogantes. Al igual que en la economía informal, Autor (2015) critica la infrautilización de habilidades en contextos laborales informales. La monetización de las redes sociales es especialmente propensa a estas críticas, ya que los elementos informales del trabajo podrían causar ineficiencias que comprometerían el rendimiento general. Brynjolfsson y McAfee (2014) analizan la relación entre la tecnología y la productividad. Afirman que, si bien la tecnología puede mejorar las cosas, también puede provocar la pérdida de empleos. A los poskeynesianos les preocupa principalmente que la desigualdad social empeore sin la intervención del gobierno para gestionar los avances tecnológicos y ayudar a los trabajadores desplazados; por lo tanto, esta influencia contradictoria es la base de sus preocupaciones.

La perspectiva liberal/desarrollista, por su parte, aborda el problema de otra manera. Esta perspectiva enfatiza el emprendimiento tecnológico y la idea de "destrucción creativa" (Schumpeter, 1942), según la cual, como un proceso necesario y eventualmente positivo de "eficiencia dinámica", los nuevos empleos técnicos reemplazan a los obsoletos. Desde esta perspectiva, los jóvenes nigerianos que utilizan las redes sociales para generar ingresos son considerados empresarios activos que generan nuevo valor y mercados (Huerta de Soto, 2024).

Los estudios ya disponibles en Nigeria proporcionan información que podría analizarse desde ambos ángulos. El estudio de Oladipo y Adebayo (2018) examina los efectos del empleo informal en la productividad sin abordar especialmente las redes sociales. Asimismo, Abiodun et al. (2017) investigan la dinámica del mercado laboral nigeriano, destacando el papel del sector informal, pero sin relacionar esta dinámica con las plataformas digitales. Ajibade y Faleye (2020) ofrecen una visión específica de los mercados laborales digitales en Nigeria, destacando su impacto en la productividad económica. Sin embargo, su estudio solo abarca las zonas urbanas e ignora las zonas rurales, donde el acceso digital es menor.

1.4 Marco teórico

Este artículo nos guía a través de este complejo tema con un marco teórico que reconoce el conflicto entre las perspectivas intervencionista y liberal. Utiliza el Marco de la Economía Gig y la Teoría del Capital Humano para investigar cómo la generación de ingresos a través de las redes sociales influye en el empleo juvenil y la productividad económica nigeriana.

Según la Teoría del Capital Humano, invertir en habilidades y educación mejora la productividad y produce mejores resultados económicos (Becker, 1964). Esto sienta las bases para investigar cómo el emprendimiento digital en redes sociales influye en los cambios en el mercado laboral.

- Desde una perspectiva liberal/desarrolladora, esta idea explica cómo las personas, por sí mismas, invierten en sus talentos (como la edición de video y el marketing digital) para aumentar sus posibilidades de generar ingresos en un mundo digital complejo.

- Desde una perspectiva intervencionista, la teoría plantea la cuestión de si las habilidades adquiridas para la monetización en redes sociales son duraderas y transferibles, y si la carga del desarrollo de habilidades recae excesivamente sobre el individuo en lugar de distribuirse entre el gobierno y las empresas. El Marco de la Economía Gig enfatiza las formas de empleo no tradicionales, incluyendo contratos freelance o de corta duración, posibilitados por las plataformas digitales. El debate actual se basa en este marco.

- La perspectiva liberal enfatiza las ventajas de la flexibilidad, la autonomía y la minimización de los obstáculos de entrada mediante este marco, inspirando así a los emprendedores.

- La perspectiva intervencionista cuestiona la ausencia de redes de seguridad social (como pensiones y seguro médico), estabilidad laboral y poder de negociación colectiva que caracterizan los riesgos relacionados con el trabajo gig (Tassinari y Maccarrone, 2020).

Combinando estas dos ideas, esta investigación mantendrá una perspectiva neutral. Analizará, desde una perspectiva liberal, las oportunidades que ofrece la monetización de las redes sociales para los jóvenes nigerianos, así como, desde una perspectiva intervencionista, los posibles inconvenientes relacionados con la inestabilidad y la productividad. Esta doble estrategia permitirá un análisis más exhaustivo y profundo del tema.

1.5 Aplicación de la regresión logística multinomial

Para analizar empíricamente el impacto de la monetización en redes sociales, este estudio utiliza la Regresión Logística Multinomial. Este método estadístico permite examinar múltiples resultados laborales categóricos, como el empleo tradicional, el autoempleo en emprendimiento digital y el desempleo. Al incorporar variables como el tiempo dedicado a la creación de contenido, los niveles de ingresos, la formación académica y la participación en el mercado, el modelo de regresión proporciona información sobre la probabilidad de que diversos resultados del mercado laboral se vean influenciados por la monetización en redes sociales.

2. Metodología

2.1 Diseño de investigación

El estudio emplea un enfoque de métodos mixtos, centrándose principalmente en la recopilación de datos cuantitativos para examinar el impacto de la monetización de las redes sociales en el empleo juvenil y la productividad económica en Nigeria. El aspecto cualitativo proporciona contexto para la interpretación de los hallazgos cuantitativos, garantizando una comprensión integral de la relación entre el emprendimiento digital y los resultados del mercado laboral.

2.2 Aplicación de la regresión logística multinomial

La Regresión Logística Multinomial (MLR) se aplica para evaluar empíricamente el impacto de la monetización en redes sociales. Este método es adecuado para el análisis de variables dependientes categóricas con más de dos resultados. En este caso, la situación laboral de los jóvenes se clasifica en empleo tradicional, autoempleo en emprendimiento digital y desempleo. La MLR estima las probabilidades asociadas con estos resultados laborales, influenciadas por diversas variables independientes.

2.3 Recopilación de datos

Se recopilaban datos cuantitativos mediante encuestas estructuradas y bases de datos existentes. La población objetivo de este estudio son jóvenes nigerianos de entre 18 y 35 años que participan activamente en la monetización de redes sociales. Se seleccionó un tamaño de muestra de 500 participantes para garantizar la potencia estadística y la representatividad necesarias.

El estudio utilizó un método de muestreo aleatorio estratificado para incluir a personas de diferentes regiones y entornos socioeconómicos. Esto mejora la generalización de los hallazgos. Los datos recopilados incluyen las siguientes variables:

Variable dependiente: Situación laboral (empleo tradicional, emprendimiento digital, desempleo).

Variables independientes: Tiempo dedicado a la creación de contenido, ingresos por actividades en redes sociales, participación en plataformas digitales.

Variables de control: Nivel educativo, acceso a herramientas digitales, situación económica regional.

2.4 Especificación del modelo y variables

El modelo de regresión logística multinomial se especifica de la siguiente manera:

$$\log \left(\frac{P(Y = j)}{P(Y = 0)} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_k X_k$$

Where:

- Y representa la variable dependiente (situación laboral: $j = 1$ para empleo tradicional, $j = 2$ para emprendimiento digital y $j = 0$ para desempleo).
- $X_1, X_2, X_3, \dots, X_k$ representan las variables independientes y de control, como el tiempo dedicado a la creación de contenido (X_1), los ingresos por actividades en redes sociales (X_2), y el nivel educativo (X_3).
- β_0 es la intersección con el eje y $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ son los coeficientes estimados.

El análisis consta de los siguientes pasos:

1. Estadística descriptiva: Resumen de los datos para comprender la distribución de las variables.
2. Análisis econométrico: Uso de la MLR para establecer relaciones entre la monetización en redes sociales y los resultados laborales.
3. Diagnóstico posterior a la estimación: Realización de pruebas de bondad de ajuste, comprobaciones de multicolinealidad y evaluaciones de precisión predictiva para garantizar la robustez del modelo.

3. Resultados

Los resultados del estudio se discuten en dos fases. En la primera fase se presentan los resultados del análisis cualitativo y en la segunda fase se presentan los resultados del análisis cuantitativo.

3.1 Análisis de datos y resultados

Tabla 1. Estadística descriptiva

Variable	Media	Desv. est.	Min	25%	50%	75%	Max
Tiempo en la creación de contenido	9.64	5.71	0.09	4.58	9.44	14.53	19.99
Ingresos de las redes sociales	258.78	148.60	2.47	120.61	269.87	388.67	499.71
Acceso a herramientas digitales	0.71	0.45	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00
Condiciones regionales	0.42	0.49	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00

Fuente: Cálculo de los autores, 2025.

Las estadísticas descriptivas indican que, en promedio, los participantes dedican aproximadamente 9,64 horas semanales a la creación de contenido, con un ingreso promedio de aproximadamente ₦258,78 provenientes de actividades en redes sociales. La mayoría tiene acceso a herramientas digitales y una proporción significativa reside en zonas urbanas

Tabla 2. Resultados de la regresión logística multinomial

Variable	Empleo (Digital)	Empleo (Desempleados)
Intercepto	-0.1025 (0.778)	-0.4516 (0.209)
El tiempo en la creación	0.0116 (0.551)	0.0004 (0.985)
Ingresos de las redes sociales	-0.0010 (0.189)	0.0007 (0.326)
Nivel de educación	-0.3359 (0.041)**	-0.0948 (0.533)
Acceso a herramientas digitales	-0.1614 (0.504)	0.0260 (0.913)
Condiciones regionales	0.3531 (0.114)	0.0149 (0.946)

Fuente: Cálculo de los autores, 2025.

Los resultados de la regresión muestran que el nivel educativo está significativamente asociado con el empleo en el sector digital, donde un nivel educativo más alto reduce la probabilidad de empleo digital. El impacto del tiempo dedicado a la creación de contenido y los ingresos provenientes de las redes sociales no es estadísticamente significativo. El acceso a herramientas digitales y las condiciones regionales no tienen efectos significativos en los resultados laborales.

Diagnóstico posterior a la estimación

Pseudo R cuadrado: 0,012, lo que indica un ajuste moderado del modelo.

Prueba de razón de verosimilitud logarítmica: No significativa, lo que sugiere que el modelo podría beneficiarse de variables explicativas adicionales.

4. Discusión

El análisis de los datos revela varias perspectivas importantes sobre la integración de las herramientas digitales y el panorama laboral en el contexto de la creación de contenido y la interacción en redes sociales. Las estadísticas descriptivas indican que los participantes dedican un promedio de 9,64 horas semanales a la creación de contenido, generando unos ingresos de aproximadamente ₦258,78 a partir de actividades en redes sociales. Esto sugiere una interacción significativa con las plataformas digitales, lo que coincide con la creciente tendencia de la creación de contenido como fuente viable de

ingresos, especialmente entre las poblaciones más jóvenes. Estudios previos han destacado tendencias similares, señalando que la creación de contenido digital se ha convertido en una vía importante para la participación económica, especialmente en las regiones en desarrollo (Katz y Aspden, 1997; Pew Research Center, 2019).

Sin embargo, los resultados de la regresión logística multinomial presentan un panorama más detallado. Si bien se esperaba que el tiempo dedicado a la creación de contenido y los ingresos provenientes de redes sociales se correlacionaran positivamente con el empleo en el sector digital, los hallazgos indican que estas variables no tienen efectos estadísticamente significativos. Esto contrasta con investigaciones anteriores que sugerían una relación directa entre los esfuerzos de creación de contenido y las oportunidades de empleo en la economía digital (Bakhshi et al., 2015). La falta de significancia en estas variables podría indicar problemas estructurales subyacentes dentro de la economía digital que limitan la conversión de la creación de contenido en empleo estable.

Un hallazgo particularmente sorprendente es la asociación significativa entre el nivel educativo y el empleo en el sector digital. Un nivel educativo superior parece reducir la probabilidad de empleo digital, lo cual resulta contradictorio. Esto podría sugerir que las personas con educación superior podrían estar buscando empleo en sectores más tradicionales o puestos que requieren mayor cualificación y que no se alinean con el panorama de la creación de contenido digital. Este hallazgo coincide con el trabajo de Autor (2015), quien postula que, a medida que las economías evolucionan, puede existir un desajuste entre las habilidades adquiridas a través de la educación formal y las demandas de los mercados laborales emergentes.

Además, los resultados indican que el acceso a las herramientas digitales y las condiciones regionales no afectan significativamente los resultados laborales. Este hallazgo es particularmente relevante en el contexto de la brecha digital, donde el acceso a la tecnología se considera a menudo un factor crítico para facilitar la participación en la economía digital. Estudios previos han enfatizado la importancia del acceso digital para fomentar las oportunidades económicas (Helsper y Reisdorf, 2016). La falta de significancia en este estudio podría sugerir que el simple acceso a herramientas digitales no basta para asegurar el empleo en el sector digital; más bien, podría ser la calidad de la participación y la capacidad de aprovechar estas herramientas eficazmente lo que importa más.

Los diagnósticos posteriores a la estimación revelan un ajuste moderado del modelo, como lo indica el valor de pseudo R cuadrado de 0,012. Esto sugiere que el modelo podría no captar completamente las complejidades de los factores que influyen en los resultados laborales en el sector digital. El resultado no significativo de la prueba de razón de verosimilitud logarítmica indica además que podrían ser necesarias variables explicativas adicionales para mejorar la capacidad predictiva del modelo. Esto coincide con los hallazgos de otros estudios que han solicitado modelos más completos que consideren una gama más amplia de factores socioeconómicos que influyen en el empleo digital (Bennett et al., 2019). En conclusión, si bien las estadísticas descriptivas destacan una creciente participación en la creación de contenido y las redes sociales, el análisis de regresión revela importantes desafíos para traducir esta participación en un empleo estable dentro del sector digital. Los hallazgos subrayan la necesidad de realizar más investigaciones para explorar los factores subyacentes que influyen en estas dinámicas, en particular el papel de la educación y las barreras estructurales que pueden inhibir la integración efectiva de las herramientas digitales en el mercado laboral. Estudios futuros deberían considerar un conjunto más amplio de variables, como el contexto socioeconómico, los niveles de competencias y la naturaleza de la participación digital, para proporcionar una comprensión más completa del panorama del empleo digital.

Resumen de los hallazgos

1. El nivel educativo desempeña un papel importante en la determinación de la situación laboral, especialmente en el sector digital.
2. La influencia del tiempo dedicado a la creación de contenido y los ingresos provenientes de las redes sociales en los resultados laborales es limitada en este modelo.

3. El ajuste general del modelo es moderado, lo que indica la necesidad de un mayor refinamiento o la inclusión de variables adicionales para mejorar su capacidad explicativa.

5. Conclusiones y recomendaciones

Este estudio sobre el impacto de la monetización de las redes sociales en el empleo juvenil y la productividad económica del mercado laboral nigeriano revela un panorama complejo y, a menudo, precario. La conclusión principal es que, si bien las plataformas de redes sociales ofrecen vías accesibles para la generación de ingresos, esta participación no se traduce automáticamente en un empleo estable a largo plazo. Los hallazgos demuestran que factores clave como el tiempo dedicado a la creación de contenido o los ingresos obtenidos no predicen significativamente la situación laboral formal en el sector digital. Esto sugiere que la promesa de las redes sociales como herramienta sostenible para el empoderamiento económico se ve actualmente socavada por problemas estructurales, la falta de adecuación de las habilidades y la naturaleza inherentemente volátil de la economía colaborativa.

Hallazgos y recomendaciones clave

Los hallazgos específicos de esta investigación conducen directamente a las siguientes recomendaciones específicas:

1. Hallazgo: Una relación inversa entre la educación y el empleo digital. Un hallazgo particularmente crítico de este estudio es la correlación inversa entre los niveles de educación superior y la probabilidad de conseguir empleo en el sector digital. Esto indica una desconexión significativa y paradójica entre el sistema educativo formal de Nigeria y las demandas prácticas de la economía digital. Las habilidades y credenciales valoradas en la academia tradicional no parecen alinearse con, e incluso podrían disuadir, las competencias empresariales necesarias para una monetización exitosa en redes sociales.

Recomendación: Integrar el emprendimiento digital práctico en los planes de estudio. Para cerrar esta brecha, la reforma educativa debe ir más allá de la "alfabetización digital" genérica. Los responsables políticos y las instituciones de educación superior deben colaborar para integrar el emprendimiento digital práctico y orientado a la carrera profesional en los planes de estudio. Esto incluye capacitación práctica en estrategia de contenido, análisis de audiencia, marca personal, marketing digital y gestión financiera de una empresa creativa. El objetivo es dotar a los graduados de las habilidades específicas necesarias para transformar la interacción digital en una empresa viable, convirtiendo así la educación formal en una ventaja, y no en un obstáculo, en el mercado laboral digital.

2. Hallazgo: La actividad digital no garantiza un empleo estable. La investigación demostró que ni el tiempo dedicado a la creación de contenido ni los ingresos generados fueron predictores significativos de un empleo estable. Esto pone de relieve la naturaleza precaria del trabajo en redes sociales, donde el esfuerzo no necesariamente se traduce en la seguridad laboral ni en los beneficios típicamente asociados con el empleo formal.

Recomendación: Establecer marcos de protección para los trabajadores digitales. Para abordar la inestabilidad inherente del trabajo temporal, es fundamental desarrollar marcos regulatorios que protejan a los creadores digitales y freelancers. Las iniciativas gubernamentales deben centrarse en establecer estándares de compensación justa, transparencia contractual y derechos de propiedad intelectual. Además, explorar modelos de prestaciones sociales transferibles (como seguros médicos y planes de pensiones) que no estén vinculados a un solo empleador proporcionaría una red de seguridad crucial, mitigando los riesgos de la volatilidad de los ingresos y convirtiendo el trabajo digital en una trayectoria profesional más segura y sostenible.

3. Hallazgo: El acceso a herramientas digitales es insuficiente para el éxito. El estudio concluyó que el

simple acceso a herramientas digitales o condiciones regionales favorables no influyó significativamente en los resultados laborales. Esto indica que la principal barrera para el éxito no es la falta de tecnología, sino la falta de conocimiento sobre cómo utilizar estratégicamente estas herramientas para una productividad económica sostenida.

Recomendación: Fomentar la perspicacia empresarial avanzada para el espacio digital. Las iniciativas de apoyo deben evolucionar desde el simple acceso a la tecnología hasta el fomento de la perspicacia empresarial avanzada. Los programas gubernamentales y del sector privado deberían centrarse en el apoyo específico a jóvenes emprendedores digitales, incluyendo mentoría de creadores consolidados, acceso a financiación inicial y talleres para escalar un negocio digital. Esto traslada el enfoque de la alfabetización digital básica a la competencia digital estratégica, permitiendo a los jóvenes no solo participar en la economía digital, sino también innovar y generar valor duradero en ella.

Contribución de los autores.

Jamiu Adeniyi Yusuf: [Conceptualización](#), [Metodología](#), [Supervisión](#), [Validación](#), [Software](#), [Visualización](#), [redacción – borrador original](#)

Isaac Olakunle Oludoyi: [Metodología](#), [Supervisión](#), [Validación](#), [Visualización](#), [Redacción – borrador original](#)

Dauda Musa Segun: [Metodología](#), [Supervisión](#), [Validación](#), [Visualización](#), [Redacción – borrador original](#).

Financiamiento

Los autores declaran haber recibido financiación.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Referencias

- Abiodun, A., Adegbite, O., & Olanrewaju, A. (2017) *Informal sector and employment generation in Nigeria*. Journal of Economics and Development Studies, 5(1), 98–109.
- Adejumo, G. O., & Adegbite, S. A. (2019) *Digital entrepreneurship in Nigeria: An overview*. African Journal of Economic Policy, 6(2), 45–62.
- Ajibade, S., & Faleye, T. (2020) *Digital labor markets and economic productivity in Nigeria*. Nigerian Journal of Economics, 9(1), 123–140.
- Autor, D. H. (2015) *Why Are There Still So Many Jobs? The History and Future of Workplace Automation*. Journal of Economic Perspectives, 29(3), 3–30.
- Bakhshi, H., Freeman, A., & Higgs, P. (2015) *The impact of digital content creation on the UK economy*. NESTA Report.
- Becker, G. S. (1964) *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. University of Chicago Press.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014) *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.
- Castells, M. (2010) *The rise of the network society: The information age: Economy, society, and culture*. Wiley-Blackwell.
- De Stefano, V. (2016) *The Rise of the “Just-in-Time Workforce”: On-Demand Work, Crowdwork, and Labor Protection in the “Gig-Economy”*. Comparative Labor Law & Policy Journal, 37(3), 471–504.
- Donovan, S. A., Bradley, D. H., & Shimabukuro, J. O. (2016) *What does the gig economy mean for workers?* Washington, DC: Congressional Research Service.
- Edewor, P., Oladipo, S., & Salami, A. (2019) *Social media and consumer behavior: Implications for traditional retail in Nigeria*. Journal of Retailing and Consumer Services, 51, 76–85.
- Grecu, V., & Grecu, G. (2021) *The Gig Economy - a Labour Market Vulnerability Factor*. Studia Universitatis “Vasile Goldis” Arad – Economics Series, 31(4), 54–72. <https://doi.org/10.2478/sbe-2021-0055>
- Helsper, E. J., & Reisdorf, B. C. (2016) *A global perspective on the digital divide: The role of social media in bridging the gap*. International Journal of Communication, 10, 1–20.
- Huerta de Soto, J. (2024) *The theory of dynamic efficiency (tech-entrepreneurship)*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14908364>
- Kässi, O., & Lehdonvirta, V. (2018) *Online labour index: Measuring the online gig economy for policy and research*. Technological Forecasting and Social Change, 137, 241–248.
- Kenney, M., & Zysman, J. (2016) *The rise of the platform economy*. Issues in Science and Technology, 32(3), 61–69.
- Lee, I., Lee, K. S., & Lee, M. (2015) *The impact of digital marketing on traditional marketing strategies*. Journal of Business Research, 68(9), 1856–1860.
- Nduka, U. A., Amadi, C., & Onyeka, E. (2020) *Social media and youth employment in Nigeria: Opportunities and challenges*. African Journal of Social Sciences, 11(2), 102–118.
- Ogundele, T., & Opeoluwa, A. (2018) *Social media as a complement to traditional employment: A case study of Nigeria*. Journal of African Media Studies, 10(3), 345–361.

- Oladipo, M. O., & Adebayo, T. A. (2018) *Informal work and productivity in Nigeria*. Nigerian Journal of Economic Studies, 8(1), 91–107.
- Oyemomi, O., Iriwieri, E., & Ezech, I. (2019) *Digital entrepreneurship and job creation in Nigeria: An exploratory study*. International Journal of Entrepreneurship, 23(1), 1–12.
- Pew Research Center (2019) *The state of social media in Nigeria: Trends and implications*. Pew Research Center Report.
- Solow, R. M. (1956) *A Contribution to the Theory of Economic Growth*. The Quarterly Journal of Economics, 70(1), 65–94.
- Utz, S. (2022) *The Gig Economy: A Critical Review of the Literature*. Management Review and Analysis, 11(8), 23–42. <https://doi.org/10.18103/mra.v11i8.4200>
- World Bank (2019) *World Development Report 2019: The Changing Nature of Work*. Washington, DC: World Bank.
- Zalega, T. (2018) *The socio-economic impacts of the gig economy: Evidence from developing countries*. Development Studies Journal, 15(2), 250–270.