



# La guía fundamental de retención para empresas de envíos bajo demanda

Destácate de la competencia e invierte la tendencia de rotación de personal

Uber Eats

gopuff

 deliveroo





Hola,

## Soy Jacob, director ejecutivo y fundador de EduMe.

Trabajamos con muchas plataformas como la tuya para mejorar la productividad, afianzar la fidelidad y mantener a todos los miembros de tu fuerza laboral informados, dondequiera que estén.

Sabemos que la retención de personal es un reto que la industria bajo demanda enfrenta actualmente. Te das cuenta que muchas personas se registran para usar tu plataforma, pero en tan solo 4 semanas, estos nuevos miembros renuncian y más nunca los vuelves a ver. Si esto te resulta familiar, no estás solo.

- La rotación anual estimada en la industria bajo demanda es del 500%.

Pero tu índice de registro/retención no tiene por qué estar tan desequilibrado. La iniciativa «Uber Pro» de Uber, un programa de lealtad que ayudamos a implementar en los EE.UU., es prueba de ello.

Y nuestra historia con Uber es solo una de las muchas formas en las que hemos ayudado a los clientes a mejorar la retención de personal. Podemos mostrarte cómo destacarte de tu competencia en un mercado saturado.

Sabemos que no hay un lugar establecido para que las personas que hacen entregas bajo demanda se comuniquen, lo que dificulta el intercambio de mejores prácticas. Por esta razón, recopilamos todos nuestros conocimientos internos en esta guía; esperamos que sea de utilidad.

Si quieres hablar con nosotros directamente sobre cómo podemos trabajar juntos para invertir la tendencia de rotación de personal, envíanos un correo electrónico a [hello@edume.com](mailto:hello@edume.com) 🚀

Saludos,

*Jacob*

Jacob

**CEO y fundador de EduMe,**  
la plataforma de éxito laboral  
#1 del mundo



# Contenido

¿Por qué es importante la retención de personal?	4
¿Por qué las personas desertan?	5
¿Cómo se lucha contra eso y se mejora la tasa de retención?	6
1. Haz que el proceso de incorporación sea fluido	7
2. Ofrece un viaje de aprendizaje continuo	9
3. Reconoce a las personas	11
4. Esclarece el proceso de pago	13
5. Haz que usar tu aplicación se vuelva algo natural	15
6. Ofrece beneficios competitivos	17
Notas	19

# Por qué es importante la retención de personal?



## Mayor satisfacción del cliente

Cuando tu gente se vuelve evangelizadora de tu marca, se mejora la atención al cliente porque ellos irradian el entusiasmo que sienten por tu marca.



## Ahorra tiempo y reduce costos

La incorporación toma tiempo, y la rotación es costosa. Al retener a más personas, evitas pérdidas de productividad, tiempo y dinero asociadas con empleados que terminan renunciando en poco tiempo.

Las empresas bien calificadas en oportunidades de aprendizaje experimentan lo siguiente:

UNA REDUCCIÓN DEL

**53%**

EN ROTACIÓN<sup>2</sup>

Las unidades empresariales comprometidas experimentan:

UNA REDUCCIÓN DEL

**59%**

EN ROTACIÓN<sup>1</sup>

Las empresas que tienen una misión significativa experimentan lo siguiente:

UNA REDUCCIÓN DEL

**49%**

EN ROTACIÓN<sup>3</sup>



# ¿Por qué las personas cambian de trabajo tan rápidamente?

**El 60%**

de los *millennials* están abiertos a otras oportunidades laborales

Antes de recomendar cualquier cosa, echamos un vistazo a por qué las personas podrían estar renuentes a usar tu plataforma.

## 1. Orientación insuficiente y falta de aprendizaje justo a tiempo.

Digamos que quieres consultar el pronóstico del tiempo de la semana, pero en lugar de poder buscar la información en tu teléfono inteligente en el momento en que la necesitas, tienes que esperar al periódico de la mañana.

Esta situación es tan inadecuada como hacer que tus empleados tengan que esperar para aprender. El **57%**<sup>4</sup> de las personas esperan aprender «bajo demanda». En otras palabras, prefieren recibir algo en el momento en que lo necesitan, de una forma abreviada y accesible que se adapta perfectamente a las innumerables otras tareas que deben hacer durante su jornada.

**El 25%**

de los trabajadores autónomos pueden encontrar trabajo en 24 horas

## 2. Barreras reales o percibidas para obtener ingresos.

Las personas se registran en tu aplicación para hacer dinero rápidamente, y en sus propios términos. Cuanto más difícil sea el camino para hacer esto, debido a la poca claridad, una orientación insuficiente o una interfaz de usuario muy pobre, mayor será la posibilidad de que nunca vuelvan a prestar servicios en tu plataforma.

**El 57%**

de las personas esperan aprender «bajo demanda»

## 3. La facilidad de cambiarse a la competencia.

El **25%**<sup>5</sup> de los trabajadores autónomos pueden encontrar trabajo en 24 horas. No hay obligaciones contractuales entre ambas partes, por lo que pueden registrarse para ofrecer servicios en una plataforma de la competencia con la misma facilidad con la que se registraron en la tuya.

## 4. No hay una sensación de comunidad.

Hay una epidemia de soledad entre la fuerza de trabajo. El riesgo de soledad es mayor en los servicios bajo demanda. Por la naturaleza del trabajo, las personas operan completamente solas día tras día, sin ninguna sensación de comunidad o colegas a quienes acudir. Los trabajadores solitarios están menos comprometidos, son menos productivos y son **2 veces más propensos**<sup>6</sup> a renunciar a sus trabajos. Ponte en los zapatos del día a día de un repartidor: debe andar por lugares desconocidos y llamar a las puertas de extraños.

## 5. Más *millennials* en la fuerza de trabajo.

Los *millennials* constituyen un porcentaje más alto de la fuerza laboral bajo demanda. Esta generación también es más propensa a «saltar de empleo». El **60%**<sup>7</sup> de los *millennials* están abiertos a otras oportunidades laborales, un 16% más que cualquier generación anterior a ellos.

# ¿Cómo se lucha contra eso y se mejora la tasa de retención?

1. Haz que el proceso de incorporación sea fluido
2. Ofrece un viaje de aprendizaje continuo
3. Reconoce a las personas
4. Esclarece el proceso de pago
5. Haz que usar tu aplicación se vuelva algo natural
6. Ofrece beneficios competitivos

## «¿Pero no puedo impartir capacitación?»

Si no contratas a tus repartidores como empleados, no puedes hacer nada que los lleve a ser percibidos como tales. Esto incluye la expectativa de que completen una capacitación obligatoria.

Pero cuando las personas se registran para ofrecer sus servicios a través de tu plataforma, necesitan estar capacitadas e informadas para poder trabajar de forma productiva y apasionada y ofrecer una excelente atención al cliente.

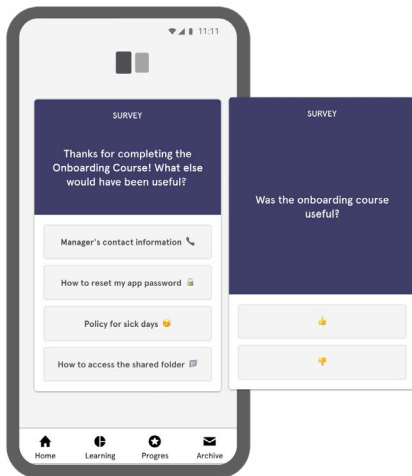
### Entonces, ¿qué debes hacer?

Lo que determina si un trabajador es un «empleado» o no es el grado de control que una empresa ejerce sobre él, como cómo o cuándo debe trabajar. Esto se conoce como **grado de instrucción**.

Puedes eludir este problema simplemente ofreciéndole a tu fuerza de trabajo oportunidades de perfeccionamiento opcionales, visibles y accesibles a través de una herramienta como EduMe. Simplemente no hagas de ellos una obligatoriedad.



# 1. Haz que el proceso de incorporación sea fluido



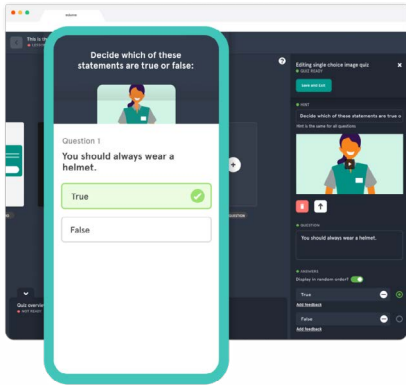
El tiempo es esencial en el proceso de incorporación de la industria bajo demanda. No hay lugar para el ensayo y error. Los nuevos registrados ya deben estar trabajando y obteniendo ganancias en **2 a 4 semanas**.

## ¿Por qué es tan importante la incorporación?

Una buena incorporación es la clave para desbloquear el compromiso, la motivación y la productividad de nuevos empleados. La productividad de empresas con fuertes procesos de incorporación suele estar por encima del **70%**<sup>8</sup>. Esto se debe a que fuertes procesos de incorporación reducen la curva de aprendizaje: un nuevo repartidor sabe más de lo que necesita para hacer su trabajo de forma eficaz y más rápida.

De hecho, puede mejorar la retención hasta en un **82%**<sup>9</sup>. Por otro lado, si el repartidor no cumple durante este breve período, eso afectará tus resultados, lo que traduce en una victoria para tu competencia. Aquellos que tienen una experiencia de incorporación negativa son **2 veces más propensos a**<sup>10</sup> buscar diferentes oportunidades.

# 1. Make onboarding seamless



## ¿Cómo puedo asegurar que el proceso sea fluido?

Los intervalos de atención están más cortos que nunca, y tu gente siempre está en movimiento. Esto significa que, para que el aprendizaje sea efectivo, debe ser breve, accesible, en movimiento y fácil de acceder entre entregas.

Este es el caso en lo que respecta a la incorporación. De hecho, como esta será la primera impresión que la gente tendrá de tu empresa, es aún más importante asegurarte de que todo sea corto y conciso.

## El proceso de incorporación debe incluir cuatro elementos:

### 1. Bienvenida a la empresa

Esta es la oportunidad de alinear a las personas con tu misión y visión, así como de crear una sensación de comunidad de forma digital, a través de un video de bienvenida de parte de C-Suite. Las empresas que tienen una «misión significativa» experimentan un índice de abandono un **49%**<sup>11</sup> menor<sup>11</sup> y usar videos le da un toque humano y personal.

### 2. Presenta tu plataforma

Aquí es donde les explicas a las personas lo mínimo que deben saber para comenzar lo antes posible y hacerlo de forma productiva. No los inundes de información, dado que perderás su atención. Imagina que esta es tu primera vez abriendo la aplicación. ¿Qué preguntas tendrías? Puede ser una pregunta tan básica como cómo iniciar sesión por primera vez.

### 3. Las expectativas de los clientes y repartidores

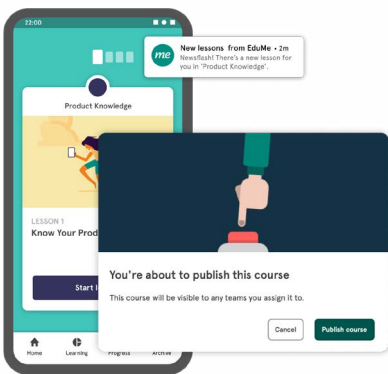
Los repartidores son la cara pública de tu marca, así que dedica algo de tiempo a explicarles tu proceso de calificaciones. ¿Cómo funciona tu sistema de calificaciones? ¿Qué esperan los clientes de ellos (por ejemplo, puntualidad, ser recibidos con una sonrisa, respeto de límites) y qué pueden esperar los repartidores de los clientes?

### 4. Resolución de preguntas comunes

Hacer esto bien evita frustración en tu nuevo repartidor y libera el tiempo del equipo de soporte. Pregúntale a tu equipo de soporte cuáles las **3 preguntas principales** de los repartidores. Usa sus respuestas para armar una lección. Cuanto más te anticipes a las preguntas, menos carga tendrá el equipo de soporte y más felices estarán tus repartidores. Así matas dos pájaros de un tiro.

Un curso de incorporación en línea no debería tomar más de 20 minutos. Para ver cómo es el proceso de incorporación de empresas bajo demanda, [sigue este enlace](#).

## 2. Ofrece un viaje de aprendizaje continuo



Quizá creas que superaste todos los obstáculos una vez que envías el aprendizaje de incorporación y todos los repartidores lo completan.

Pero mientras tengas repartidores, habrá una demanda continua de nueva información y conocimientos.

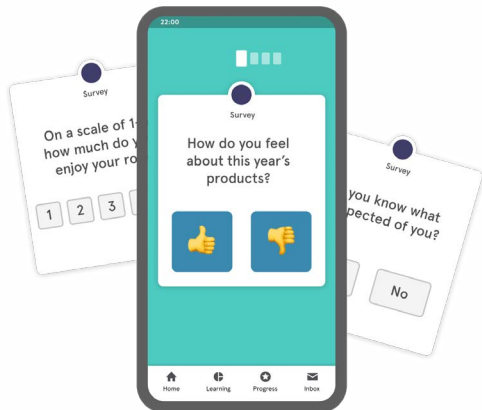
### Los argumentos a favor del aprendizaje continuo

Una estrategia de aprendizaje continuo garantiza que no perderás el impulso y la emoción que se generaron durante la etapa de registro e incorporación. Si lo haces, corres el riesgo de sufrir bajas tasas de retención (que con el tiempo deteriorará la reputación de tu marca), así como la consecuencia inmediata del costo de rotación de personal, que puede ser de hasta **2.5**<sup>12</sup> veces el salario de un individuo.

Además de que el aprendizaje es intrínsecamente atractivo (y que las fuerzas laborales comprometidas superan a las no comprometidas en un **202%**<sup>13</sup>) es necesario ejecutarlo como una estrategia a largo plazo, dado que ocupa un lugar destacado en la lista de criterios de la fuerza laboral moderna. **86%**<sup>14</sup> de los millennials permanecería en su puesto de trabajo actual si se les ofreciera oportunidades de aprendizaje continuo.



## 2. Ofrece un viaje de aprendizaje continuo



### ¿Cómo sería un viaje de aprendizaje continuo?

El **91%**<sup>15</sup> de las personas quieren que el aprendizaje sea personalizado y relevante. Por ende, enviar el mismo curso general a toda tu fuerza laboral no será suficiente. Hay tres pilares que puedes usar para fundamentar el aprendizaje continuo de tus repartidores: el desempeño, el desarrollo de habilidades y el tiempo.

#### 1. Rendimiento de los repartidores.

Un repartidor puede estar teniendo dificultades con el rendimiento o con diversos procesos, lo que podría hacerlo decidir renunciar. Configura desencadenantes basados en el desempeño para volver a involucrarlos con aprendizajes útiles sobre las mejores prácticas a seguir para mejorar el desempeño. Por ejemplo, si su atención al cliente es pobre, envía una lección sobre mejores prácticas. Si su tasa de asistencia es baja, automatiza bocados de aprendizaje sobre cómo ganar más o mejorar la calidad para volver a involucrarlos y fomentar actividad.

#### 2. Desarrollo de habilidades.

Como alternativa, puedes automatizar el aprendizaje para que sea implementado según la experiencia de los repartidores; es decir, el número de entregas completadas. Después de **25 entregas**, podría ser el momento de un curso de actualización sobre seguridad vial (por ejemplo, cómo minimizar distracciones y las distancias de frenado), atención al cliente (por ejemplo, cómo hacer entregas sin contacto) o recordatorios de seguridad alimentaria e higiene (por ejemplo, cómo desinfectar las bolsas de entrega). Después de 50 entregas, podría ser necesario un curso sobre cómo organizar turnos para maximizar ganancias.

#### 3. Comunicaciones específicas sobre tiempo/eventos.

Tal vez pondrás en marcha un nuevo programa de reconocimiento en un mes para aumentar la fidelidad de los repartidores o lanzarás una nueva función en la aplicación que tu gente debe saber usar. En cualquier caso, crearías un aprendizaje sobre los pormenores de estas nuevas iniciativas: qué cambió, cómo aprovechar el cambio, etc.

**Echa un vistazo a nuestro marco de aprendizaje continuo en la siguiente página para más información.**

# 3. Reconoce a las personas



Expresar tu gratitud por el arduo trabajo o los logros de tu gente mediante reconocimientos es un método económico y de gran impacto para mejorar la retención.

Reconocer a las personas se vuelve aún más urgente si tu fuerza de trabajo carece de ese «toque humano» tan importante. Una palmadita en la espalda de validación de parte de los gerentes puede tener un gran efecto dominó en la sensación de logro, motivación y vínculo de la gente con una empresa.

## ¿Por qué debería reconocer a las personas?

Practicar el reconocimiento es una oportunidad real para destacarte de la competencia en un mercado movido. Esto es porque palabras de afirmación, el reconocimiento de logros y la demostración de aprecio son acciones muy humanas. Interactuar con tus repartidores de esta forma te permite brindarles una experiencia que ellos vincularán afectivamente con tu empresa y solo con tu empresa. El **36%** de las personas afirman que la falta de reconocimiento es la principal razón por la que renunciaron.<sup>16</sup>

## 3. Reconoce a las personas



### ¿Cómo puedo hacer esto?

#### 1. Palabras de afirmación.

Los mensajes motivacionales pueden automatizarse en torno de ciertos desencadenantes. ¿El repartidor tiene una alta tasa de deserción en su turno de entrega? Envíale una notificación automática con palabras inspiradoras de aliento y apoyo.

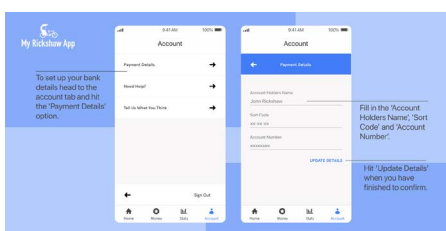
#### 2. Reconociendo logros.

A todo el mundo le encanta ser reconocido. Cuanto más público sea el reconocimiento, mejor. ¿Tus repartidores tienen un alto desempeño? Recompénsalos estableciendo una iniciativa de «repartidor del mes», donde se les brinda una plataforma para compartir sus experiencias y los mejores consejos. Hacerlo tendrá beneficios incomparables. Por ejemplo, reducirá la presión en tus gerentes de operaciones de crear nuevo contenido de aprendizaje al proporcionar una alternativa generada por el usuario, aprovechará el poder del aprendizaje entre pares, creará una sensación de comunidad donde no lo hay y empoderará a las personas.

#### 3. Mostrar aprecio.

Puedes mostrar tu agradecimiento de forma digital o tangible (por ejemplo, con un regalo enviado por correo). Un forma digital de mostrar aprecio podría ser otorgar insignias de perfil a personas con un alto rendimiento. Esto, a su vez, mejorará su confiabilidad, lo que traducirá en más repartos y mayores ganancias. Redacta un correo electrónico de felicitación específico. Si alguien tiene mucho tiempo prestando servicios en tu plataforma, el CEO debe hacerle saber lo que su compromiso con la empresa significa para él.

# 4. Esclarece el proceso de pago



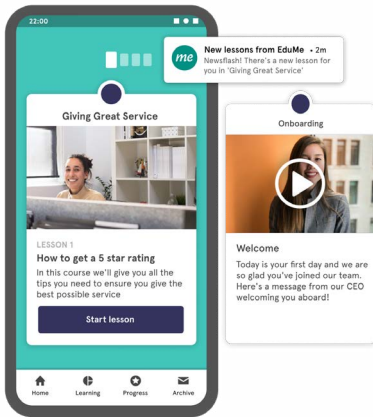
En la industria de entrega bajo demanda, lo que más le interesa a la fuerza de trabajo es cuán rápida y fácilmente pueden ganar dinero.

Si el proceso de pago es más fácil para tus repartidores en tu aplicación que en la de tu competencia, atraerás y retendrás tu fuerza de trabajo.

## ¿Por qué debo esclarecer el proceso de pago?

Cuanto más repartidores obtengan recompensas materiales (mayores ingresos) usando tu aplicación, más motivados se sentirán para seguir usándola y haciendo entregas. Esto implica tanto asegurarse de que el dinero llegue a sus cuentas el día que acordaron, así como también ayudarlos a mejorar su potencial de ingresos, dándoles información relevante de forma atractiva y continua.

## 4. Esclarece el proceso de pago



### Así que asegúrate de que tus repartidores sepan...

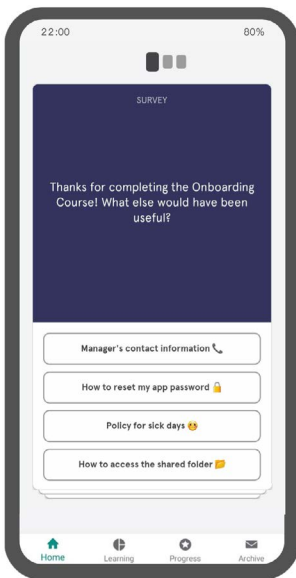
- Cuándo y con qué frecuencia se les pagará (para evitar sorpresas).
- Cuánto pueden esperar ganar (después de las tarifas) Incluye algunos ejemplos de ganancias en tu curso de incorporación).
- Cómo agregar la información de su cuenta bancaria correctamente.
- Cómo solucionar problemas, si surge alguno.

### También debes compartir aprendizaje sobre cómo mejorar su potencial de ingresos, por ejemplo:

- Entender patrones de demanda o el bloqueo de turnos, etc.
- Mejorar la atención al cliente y la experiencia del cliente. Por ejemplo, cómo comportarse, puntualidad, verse presentable, comportarse de forma amistosa y respetuosa, cómo mejorar la experiencia de los clientes.
- Consejos generales. Por ejemplo, mantener su teléfono cargado para comunicarse y recibir actualizaciones, tener datos suficientes, tener un medio de transporte confiable, equipos recomendados, cómo desinfectar sus equipos.
- Qué hacer si los clientes no responden.
- Qué obtendrán si hacen más entregas. Puedes enviar notificaciones push motivadoras que muestren las ganancias proyectadas para incentivar el uso repetido de tu plataforma.



# 5. Haz que usar tu aplicación se vuelva algo natural



Piensa en cuándo tu plataforma favorita actualiza su diseño. Todo se siente fuera de lugar, y te sientes extraño por la falta de familiaridad y conocimientos sobre cómo o dónde acceder a lo que necesitas acceder. Esto es exactamente lo que los nuevos usuarios de tu plataforma sienten.

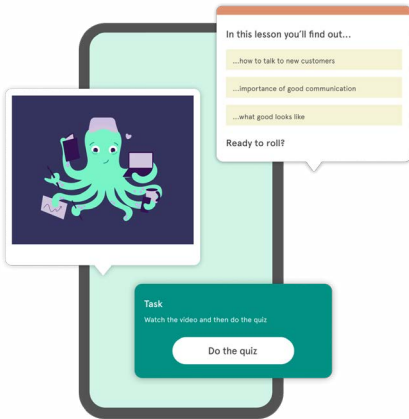
Tu aplicación te parece fácil de usar ahora. Pero tuviste que atravesar una curva de aprendizaje para alcanzar ese nivel de conocimiento. Tu deber es reducir esta curva para tus repartidores.

## ¿Por qué?

Si los repartidores perciben tu plataforma como demasiado difícil de navegar, no la usarán. Debes reducir la fricción dentro de la plataforma para mejorar la adopción por parte de los usuarios. La gente no se tomará el tiempo en buscar tutoriales sobre cómo usarla, y es más probable que respondan a los obstáculos cerrando la plataforma de frustración. O peor aún, la eliminarán de sus teléfonos por completo.

Algunos repartidores tienen menos conocimientos tecnológicos o su lengua materna no es el inglés. Para dar cabida a todos, tu aplicación debe ser lo más fácil de usar posible.

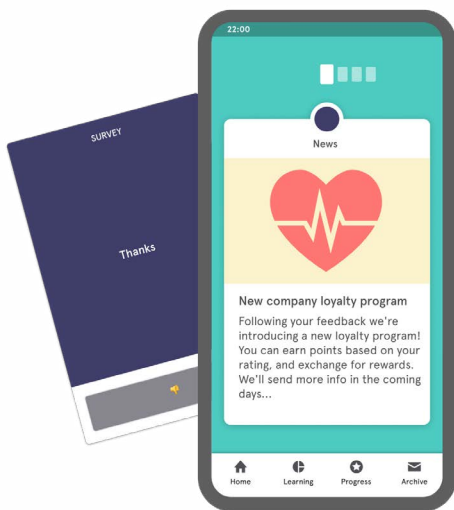
## 5. Haz que usar tu aplicación se vuelva algo natural



### Cómo puedo hacer esto?

- Crea aprendizajes en torno a los conceptos básicos necesarios de la funcionalidad de tu aplicación. ¿Qué información podría necesitar alguien que está usando tu aplicación por primera vez? Por ejemplo, cómo activar sus cuentas, cómo introducir sus datos bancarios, dónde recoger las entregas, cómo cargar su vehículo de forma segura.
- Usa informaciones sobre herramientas para guiar contextualmente a tus usuarios en el uso de tu aplicación. Esta es una forma de acompañarlos digitalmente durante todo el proceso.
- Siempre debes compartir aprendizajes sobre nuevas iniciativas, herramientas o cambios de diseño
- Aclara cómo y dónde deben comunicarse con tu equipo de soporte, en caso de que tengan preguntas
- Establece un chat de soporte en la plataforma
- Recaba comentarios para iluminar tus puntos ciegos. Pregunta: «¿Con qué aspecto de nuestra plataforma tuviste dificultades?»

# 6. Ofrece beneficios competitivos



Por último, aunque no por ello menos importante, puedes eclipsar a tu competencia ofreciendo ventajas.

Puedes ofrecer muchos tipos de ventajas. Puedes ofrecer cosas más grandes (cobertura gratuita) o más pequeñas (MOTs o inspecciones técnicas obligatorias del Ministerio de Transportes o mantenimiento de bicicleta/motocicleta gratuito).

Las ventajas no necesariamente tienen que estar relacionadas con lo que hacen; cualquier cosa que asegure el uso repetido de tu aplicación supone una ventaja poderosa.

## ¿Por qué debería ofrecer beneficios?

Es otra forma de evitar la rotación. La rotación excesiva puede hundir tu negocio. De hecho, puede costar hasta **300%**<sup>17</sup> del salario del empleado reemplazado. También te mantiene competitivo. Tu competencia puede tener un gran proceso de incorporación, un proceso de pago sencillo y un aprendizaje atractivo. Pero si tú tienes los tres, además del incentivo de recompensas tangibles, la gente gravitará hacia ti o permanecerá contigo. Las noticias vuelan en la industria bajo demanda - El **44%**<sup>18</sup> de los repartidores escuchan sobre empresas potenciales por el boca a boca.

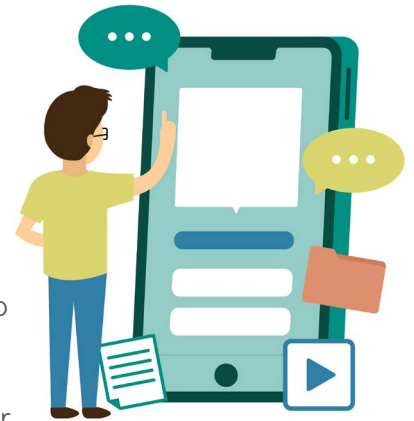
## 6. Ofrece beneficios competitivos

### ¿Cómo puedo hacer esto?

#### Un programa de fidelización

Los programas de fidelización funcionan con la motivación extrínseca. En otras palabras, serás recompensado con x una vez que logres y. Puedes recompensarlos con cosas relacionadas con el servicio, como con la modernización de herramientas o reemplazo de equipos. También puedes recompensarlos con seguros o subsidios.

Las recompensas deben depender del nivel, tiempo y calificaciones del repartidor. Por ejemplo, los repartidores solo pueden acceder a beneficios basados en niveles si sus calificaciones permanecen altas y están activos por más de 3 meses. Estas «reglas» y los beneficios en sí les dan a las personas razones convincentes para quedarse.



*El programa de recompensas de **Amazon para los conductores Flex** promete hasta un 6% de reembolso en efectivo en compras de combustible, programación prioritaria de turnos de entrega y muchas otras ventajas, a cambio de un alto rendimiento (determinado por una alta tasa de turnos y finalización de entregas) en un período de 3 meses.*

**amazon FLEX**

#### Oportunidades de mejora de habilidades transformacionales.

Por ejemplo, habilidades lingüísticas, habilidades financieras, habilidades digitales generales. Estas les permitirán a los repartidores desarrollarse personalmente en áreas más allá del alcance de la función que desempeñan para tu plataforma. Estas recompensas se aprecian al doble porque ofrecen más valor y habilidades más aplicables: facilitan la movilidad económica y los ayudan en otros aspectos de sus vidas.

***Uber Sudáfrica** se asoció con Old Mutual para ofrecer sesiones de mejora de habilidades transformacionales mensuales sobre educación financiera, gestión del dinero y habilidades empresariales.*

**Uber**

#### Programas de referidos.

Estos programas motivan a los repartidores de la misma forma que lo hacen los programas de fidelización, aunque son únicos y de naturaleza puramente monetaria. Por ejemplo, una bonificación otorgada después de cumplir con un cierto conjunto de criterios. Los profesionales son recompensados con una suma única después de que cualquier persona a la que hayan invitado a usar su plataforma complete un cierto número de entregas, cumpliendo ciertos requisitos.

***DoorDash** ofrece un bono a los 'Dashers' que recomiendan la plataforma a otros conductores. Este bono se otorga al conductor si su referido completa el número requerido de entregas dentro de los 30 días posteriores a su inscripción.*

**DOORDASH**



# Footnotes

1. <https://www.gallup.com/workplace/236366/right-culture-not-employee-satisfaction.aspx>
2. <https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/employee-retention/2020/ways-to-provide-positive-employee-experience>
3. <https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/employee-retention/2020/ways-to-provide-positive-employee-experience>
4. <https://www.forbes.com/sites/forbeshumanresourcescouncil/2020/03/25/the-future-of-learning-top-five-trends-for-2020/?sh=520f0ef26cd3>
5. <https://www.slideshare.net/oDesk/global-freelancer-surveyresearch-38467323/1>
6. <https://www.cigna.com/static/www-cigna-com/docs/about-us/newsroom/studies-and-reports/combating-loneliness/cigna-2020-loneliness-factsheet.pdf>
7. <https://www.gallup.com/workplace/231587/millennials-job-hopping-generation.aspx>
8. <https://b2b-assets.glassdoor.com/the-true-cost-of-a-bad-hire.pdf>
9. <https://b2b-assets.glassdoor.com/the-true-cost-of-a-bad-hire.pdf>
10. [https://docs.wixstatic.com/ugd/0cbe87\\_664f8806dc694bd7b52246c2e0fe41c1.pdf](https://docs.wixstatic.com/ugd/0cbe87_664f8806dc694bd7b52246c2e0fe41c1.pdf)
11. <https://business.linkedin.com/content/dam/me/business/en-us/talent-solutions/resources/pdfs/linkedin-2020-global-talent-trends-report.pdf>
12. <https://hbr.org/2006/12/the-high-cost-of-low-wages>
13. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/04/17/reversing-low-employee-engagement-in-manufacturing/?sh=1a44e77028f0>
14. <https://www.pwc.com/co/es/publicaciones/assets/millennials-at-work.pdf>
15. <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/Nearly-a-Third-of-Employed-Americans-Have-Not-Received-Any-Formal-Workplace-Training-from-Current-Employer>
16. <https://www.forbes.com/sites/victorlipman/2019/03/01/36-of-employees-say-lack-of-recognition-is-top-reason-to-leave-their-job/>
17. <https://hbr.org/2015/03/technology-can-save-onboarding-from-itself>
18. [https://www.mbopartners.com/wp-content/uploads/2019/02/State\\_of\\_Independence\\_2018.pdf](https://www.mbopartners.com/wp-content/uploads/2019/02/State_of_Independence_2018.pdf)





# Y eso es todo.

Si deseas ver cómo puedes usar la plataforma de aprendizaje remoto móvil de EduMe para aumentar tu retención con una incorporación efectiva, oportunidades de mejora continua oportunas y relevantes y más, regístrate para una visita digital guiada de nuestra herramienta de capacitación remota, la cual es usada por empresas modernas tales como Uber, Deliveroo y goPuff, aquí o visita [www.edume.com](http://www.edume.com).

