

Decisiones estratégicas para la permanencia de los agentes de seguros en México

Jorge Antonio Barraza; Universidad Panamericana Campus Guadalajara - 14MSU0070N;

<https://orcid.org/0009-0002-5001-5895>; 0270400@up.edu.mx

Palabras clave: seguros, agentes, permanencia, estrategia, México.

El estudio aborda un problema científico y organizacional de alta relevancia para el sector asegurador mexicano: la permanencia de los agentes de seguros independientes para personas. En 2025, los agentes colocaron el 51% de las primas totales del sector y mantuvieron un peso decisivo en ramos de alta interacción, como Gastos Médicos y Vida; sin embargo, los agentes activos disminuyeron 8.6% respecto de 2024. Esta combinación revela una tensión estratégica: el principal canal comercial del mercado sigue siendo determinante, pero no logra consolidar trayectorias profesionales estables. Por ello, la investigación no trató la permanencia como el simple reverso de la rotación, sino como un fenómeno multicausal que afecta la continuidad comercial, la calidad del servicio, la transferencia de confianza al cliente y la eficiencia de la inversión en reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo.

A partir de ese problema, el objetivo general consistió en proponer un modelo explicativo integral e innovador que permitiera identificar patrones predictivos y establecer lineamientos para fortalecer la permanencia y el desarrollo sostenible de los agentes independientes de seguros para personas en México. La pregunta de investigación fue: ¿se puede desarrollar un modelo explicativo que contribuya a mejorar la relación agente-aseguradora y a fortalecer las estrategias para la permanencia del agente independiente y su desarrollo sostenible? La investigación es relevante para aseguradoras, promotorías y responsables de desarrollo comercial, porque el abandono temprano eleva costos, interrumpe procesos y debilita la relación con el cliente. También resulta relevante para los propios agentes, porque permite comprender qué condiciones favorecen trayectorias profesionales sostenibles, y para la academia, porque la literatura reciente suele estudiar por separado variables como el apoyo organizacional, el estrés, el onboarding, el ajuste persona-

organización o los recursos psicológicos, sin integrarlas de manera suficiente ni situarlas con claridad en el canal asegurador mexicano.

El fundamento teórico del trabajo se basó en la integración de enfoques complementarios. En los factores organizacionales, retomó la teoría de la justicia organizacional para explicar por qué la percepción de reglas claras, trato justo, autonomía e incentivos comprensibles puede favorecer la continuidad profesional. En el liderazgo de la promotoría, se apoyó en la lógica del contrato relacional y en la literatura sobre acompañamiento, mentoría y liderazgo digno de confianza. En los factores personales, incorporó recursos como autoeficacia, esperanza, optimismo, resiliencia y motivación intrínseca, en sintonía con el capital psicológico y la teoría de la autodeterminación. El diseño correspondió a una metodología documental-bibliométrica y de construcción conceptual. No se planteó como una fase de validación empírica, por lo que no definió todavía un perfil sociodemográfico específico ni calculó un tamaño de muestra N para asegurar poder estadístico. En cambio, buscó construir un modelo explicativo teóricamente fundamentado a partir de evidencia científica disponible.

Para ello, se realizó una búsqueda en SCOPUS sobre ventas, desempeño, permanencia, rotación, retención y servicios financieros y de seguros. Después de aplicar filtros para conservar artículos publicados y en revisión, se obtuvo un corpus de 1,008 documentos, recuperados el 12 de noviembre de 2025. Posteriormente, se realizó un análisis bibliométrico de desempeño con Biblioshiny y un mapeo de la ciencia con VOSviewer, mediante análisis de coocurrencia, cocitación, copalabras, colaboración y acoplamiento bibliográfico. Tras depurar cuatro documentos sin autoría identificable, los hallazgos se integraron mediante comparación, síntesis y contraste entre clústeres, relaciones temáticas y vacíos detectados. Aunque en esta etapa no existió una muestra empírica de sujetos ni resultados inferenciales, sí hubo resultados preliminares: los servicios financieros y la eficiencia en ventas aparecieron como temas motores del campo; además,

sobresalió un pico de citas en 1986, coincidente con el trabajo de Seligman y Schulman sobre el estilo explicativo de los agentes de seguros y su relación con la productividad y el abandono.

El principal hallazgo fue la propuesta de un modelo explicativo conceptual que organiza la permanencia mediante tres variables independientes —factores organizacionales, liderazgo de la promotoría y factores personales— y una variable dependiente orientada a la permanencia profesional. En los factores organizacionales, el modelo integró apoyo percibido, satisfacción, justicia, autonomía, claridad del sistema de compensación y evaluación subjetiva del desempeño. En el liderazgo de la promotoría, propuso una lectura de socio-facilitador, sustentada en la confianza, la reciprocidad, el acompañamiento y la orientación relacional de largo plazo. En los factores personales, articuló autoeficacia, esperanza, optimismo, resiliencia y motivación intrínseca como recursos para sostener la continuidad profesional en contextos de rechazo recurrente y alta presión comercial. Dado que la investigación se encontró en una etapa teórico-conceptual, estos hallazgos no debieron interpretarse como prueba empírica definitiva, sino como una estructura inicial, argumentada y lista para validación posterior. La relevancia práctica del estudio fue alta: en promotoría, obliga a revisar la calidad del liderazgo y del acompañamiento; en selección y onboarding, desplaza el foco hacia la compatibilidad del perfil y la estructura de incorporación; y en retención, advierte que no basta con mejorar incentivos económicos, porque la permanencia también depende de la interpretación que el agente hace del trato, las reglas, el apoyo, la posibilidad de progreso y la calidad del vínculo con la promotoría. En suma, el estudio ofrece una contribución útil para la *Scientia*, al integrar un fenómeno disperso en una estructura explicativa coherente, y para la *Praxis*, al traducir esa comprensión en criterios estratégicos de gestión para fortalecer la permanencia sostenible de los agentes de seguros en México.

Referencias

- Alavi, S., Habel, J., & Vomberg, A. (2024). Salesperson lifecycle management: Challenges and research priorities. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 44(3), 209–218.
<https://doi.org/10.1080/08853134.2024.2380444>
- Ankitha, S., & Basri, S. (2019). The effect of relational selling on life insurance decision making in India. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1505–1524.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0236>
- Badrinarayanan, V., Gupta, A., & Chaker, N. N. (2020). The pull-to-stay effect: Influence of sales managers' leadership worthiness on salesperson turnover intentions. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 41(1), 39–55.
<https://doi.org/10.1080/08853134.2020.1820347>
- Bolt, E. E. T., Winterton, J., & Cafferkey, K. (2022). A century of labour turnover research: A systematic literature review. *International Journal of Management Reviews*, 24, 555–576.
<https://doi.org/10.1111/ijmr.12294>
- Comisión Nacional de Seguros y Fianzas. (2025). Panorama analítico del sector asegurador y afianzador: Primer trimestre 2025. Gobierno de México.
- Dinesh, T. K., Shetty, A., T. S., Pai, R. Y., & Shetty, A. D. (2023). Embracing complexity: Exploring the silent struggle of life insurance agents. *Cogent Business & Management*, 10(3), Article 2279346. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2279346>
- Frögéli, E., Jenner, B., & Gustavsson, P. (2023). Effectiveness of formal onboarding for facilitating organizational socialization: A systematic review. *PLOS ONE*, 18(2), Article e0281823.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0281823>

- Hermann, E., & Alberhasky, M. (2026). The trusted partner for financial decision making: Romantic partner or AI? *Computers in Human Behavior*, 177, Article 108877.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2025.108877>
- Janowski, A. (2025). The effectiveness of life insurance sales force training: Welcome “Me and AI”. *Economies*, 13(4), Article 101. <https://doi.org/10.3390/economies13040101>
- Ramasamy, S. K., & Sri Ramalu, S. (2025). Linking sources of employee support to life insurance agents’ retention: The role of felt obligation. *Industrial and Commercial Training*, 57(2), 170–194. <https://doi.org/10.1108/ICT-10-2024-0110>
- Roy, N. C., & Roy, N. G. (2022). Life insurance industry agent’s attrition: A game changer for insurance business. *Global Business Review*, 23(2), 426–439.
<https://doi.org/10.1177/0972150919861452>
- Seligman, M. E. P., & Schulman, P. (1986). Explanatory style as a predictor of productivity and quitting among life insurance sales agents. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(4), 832–838. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.50.4.832>
- Vera-Noriega, J. Á., Borbón-Morales, C. G., Mejía-Trejo, J., & Durazo-Salas, F. F. (2023). Relación y comparación entre las variables de clima organizacional, satisfacción y calidad de vida en una empresa de venta telefónica en el noroeste de México. *Scientia et PRAXIS*, 3(05), 83–109. <https://doi.org/10.55965/setp.3.05.a4>
- Zambrano-Chumo, L., & Guevara, R. (2024). Psychological capital and turnover intention: The mediating role of burnout among healthcare professionals. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 21(2), Article 185.
<https://doi.org/10.3390/ijerph21020185>