Liderança, propósito e a missão de proteger famílias pautaram a conversa conduzida pelo CQCS


THE BIG PLAYERS
Steve Jobs
MINDSET
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
DESAFIOS DE VENDAS

Nesta quinta-feira (27 de novembro), o último Mesa Redonda do Seguro de 2025, promovido pelo CQCS, recebeu Josusmar Sousa, CEO e fundador da Mister Líber Brasil Corretora de Seguros e uma das vozes mais respeitadas na área de seguro de vida. O encontro, transmitido ao vivo, reuniu jornalistas, especialistas e profissionais do mercado para debater os rumos da proteção financeira no Brasil e o papel transformador do corretor de seguros.

Com uma trajetória marcada por empreendedorismo, formação de equipes e contribuição direta para o desenvolvimento da cultura de seguros no país, Josusmar compartilhou suas visões sobre vendas consultivas, o futuro do seguro de vida, qualificação profissional, criação de novos mercados e a missão social que acompanha a atividade seguradora.

O programa contou com perguntas e mediação de Gustavo Doria Filho, fundador do CQCS, além da participação dos jornalistas Ana Carolina Mello (CQCS), Jorge Clapp (Fenacor), José Francisco Filho (Revista Seguro Total), Manuella Cavalcanti (CQCS), Pedro Roncarati (Editora Roncarati) e Sérgio Vitor Guerra (Revista Seguro Nova Digital).

“Seguro de vida é uma carta de amor”

Durante o programa, Josusmar relembrou sua própria experiência como segurado e reforçou o caráter humano e essencial do seguro de vida. “O seguro de vida é exatamente essa participação… é uma carta de amor que a pessoa que te ama deixa”, afirmou o CEO, ao relatar como a proteção contratada por sua esposa foi muito importante para a segurança financeira dos filhos após sua perda.

Com emoção, compartilhou também sua própria vivência ao enfrentar uma cirurgia cardíaca complexa e sobreviver: “Eu entrei naquela cirurgia com dois R’s: renascer ou reencontrar. Por algum motivo, Deus falou: volta lá para baixo e avisa os corretores de seguros que você tem uma missão… vocês são anjos que protegem famílias, só não têm asas”. A fala emocionou o público e reforçou um dos maiores pilares da Mister Líber: a proteção das famílias brasileiras.

A filosofia de vendas de Josusmar

Ao longo do debate, Josusmar apresentou sua visão sobre formação comercial e relacionamento com clientes. Ele destacou que a venda de proteção exige estratégia, estudo e, acima de tudo, autenticidade. “Antes de vender qualquer coisa, especialmente seguro, o cliente precisa comprar você: sua honestidade, sua alegria, sua preocupação real com ele”.

Ele também ressaltou a importância de compreender profundamente o público-alvo, contar histórias, usar metáforas e despertar consciência sobre o valor da proteção financeira: “A imaginação é tão importante quanto a vivência. Quando o cliente imagina o impacto financeiro de um imprevisto, ele entende o papel do seguro”.

O futuro do seguro de vida

Ao ser questionado sobre a evolução do mercado, Josusmar foi categórico sobre o potencial da próxima década: “Nunca estivemos tão propícios para a venda de seguro de vida como estamos hoje. A venda de seguro de vida individual no Brasil ainda nem começou”.

Ele destacou o ciclo de expansão do ramo vida até 2045, a necessidade de qualificação das equipes e o papel transformador de iniciativas como o movimento Minha Vida Protegida.

MDRT e formação internacional

Como ex-Country Chair (Presidente Brasil) e membro vitalício da MDRT –principal entidade global de excelência em seguros de vida e finanças – Josusmar também falou sobre a importância da qualificação: “Todas as vezes que eu voua um encontro da MDRT, eu chego vazio e saio recheado

de conhecimento. Quanto mais qualificado o corretor, mais ele vende".

Ele celebrou o crescimento do Brasil dentro da organização, impulsionado pelo trabalho conjunto com seu filho, Felipe Sousa, atual Zone Chair da MDRT na América Latina.

A oportunidade de proteger milhões

Quando questionado sobre os 3,5 milhões de pequenos e médios negócios sem seguro no Brasil, Josusmar reforçou a importância da oferta ativa: "Não existe mercado parado, existem pessoas paradas. Se você cutuca o mercado, você tem resultado".

Segundo ele, criatividade, presença e constância são os motores que permitem ao corretor abrir portas e proteger empresas que ainda desconhecem os benefícios da cobertura.

Fonte: RUCO, em 28.11.2025