

MetLife reúne colaboradores e parceiros para viverem a experiência do MetLife Stadium no Brasil em sua Convenção de Vendas 2026

O evento reforça a importância do trabalho em equipe e a força da marca como alavancas da sua estratégia global e local

São Paulo, 26 de janeiro de 2026 – A MetLife, uma das maiores empresas de serviços financeiros do mundo, realiza nos dias 2 e 3 de fevereiro a sua Convenção de Vendas 2026. Durante dois dias, lideranças comerciais da Companhia serão protagonistas em painéis sobre estratégias de negócios, metas, desafios e entregas durante o ano. Com tema central inspirado no MetLife Stadium, palco de grandes eventos esportivos, entre eles a Copa do Mundo de Clubes e a Liga de Futebol Americano, a Convenção traz para o Brasil o conceito de “entrar em campo e jogar junto”.

Pela primeira vez, a companhia reunirá praticamente todos os seus colaboradores e alguns parceiros em um encontro que deve receber mais de mil pessoas para celebrar a cultura e o momento da marca no mundo, temas que serão a base para dinâmicas de integração e motivação dos times. O evento acontecerá na Arena Mercado Livre Pacaembu, em São Paulo. A escolha do local foi estratégica, pois trata-se de um espaço histórico para o esporte nacional e um símbolo da paixão dos brasileiros pelo futebol.

“Estamos motivados a fazer desta a melhor convenção da história. Além de reunirmos todo o time e convidarmos para jogar junto, esse será o momento de conectarmos a grandiosidade da nossa marca e nossa estratégia com nossos colaboradores e parceiros. Temos uma história no esporte mundial, tendo o MetLife Stadium como palco de grandes acontecimentos e junto com a MetLife Foundation reforçarmos nosso propósito de estar ao lado das comunidades, também através de aporte em projetos educacionais e esportivos, por meio da parceria com o Fundo Fifa de Educação Global Citizen”, acrescenta a diretora de marketing e comunicação Denise Coelho.

O encontro marca um momento importante para a MetLife Brasil, que segue ano a ano crescendo acima do mercado em seguro de vida e tem como meta dobrar de tamanho sua operação nos próximos quatro anos. A marca, passa a ter um papel fundamental para essa estratégia e não à toa a empresa planeja inúmeras ações para fortalecer sua imagem no país, apostando principalmente no esporte, educação, cultura e em ações sociais financiadas pela MetLife Foundation e a parceria com o Fundo Fifa de Educação Global Citizen, como grandes oportunidades.

“Queremos que esse seja o momento de deixar os colaboradores e parceiros motivados a buscar o mesmo resultado. Por isso é tão importante trazer para eles a força da nossa marca e dos nossos ativos”, acrescenta Denise.

Sobre a MetLife

A MetLife, Inc. (NYSE: MET), por meio de suas subsidiárias e afiliadas (“MetLife”), é uma das principais empresas de serviços financeiros do mundo, oferecendo seguros, anuidades, benefícios para funcionários e gestão de ativos para ajudar seus

clientes individuais e corporativos a navegar por um mundo em constante transformação. Fundada em 1868, a MetLife opera em mais de 40 mercados em todo o mundo e ocupa posições de liderança nos Estados Unidos, Japão, América Latina, Ásia, Europa e Oriente Médio. Para obter mais informações, acesse www.metlife.com.br

Informações à imprensa:

E-mail: metlife@fsb.com.br