

Em parceria com a Rede D'Or, campanha convida clientes a colocar a prevenção em dia, sem necessidade de pedido médico prévio; beneficiárias terão acompanhamento com médicos especializados da rede em todos os desdobramentos de cuidado pós-diagnóstico



Neste Outubro Rosa, mês de conscientização sobre o câncer de mama, a SulAmérica realiza uma campanha especial, distribuindo cerca de 50 mil vouchers de mamografia a clientes entre 40 a 69 anos que não realizaram o exame recentemente. Em parceria com a Rede D'Or, a iniciativa facilita o acesso à prevenção, permitindo o agendamento do exame sem necessidade de pedido médico prévio e garantindo atendimento médico especializado após a realização do exame.

O perfil das mulheres impactadas foi selecionado a partir do cruzamento de dados do comportamento de exames preventivos das clientes SulAmérica nos últimos anos. As clientes selecionadas pela inteligência médica são contatadas a partir de mensagens no WhatsApp e e-mail e tem um canal exclusivo para o atendimento, no qual poderão agendar o exame em uma unidade da Rede D'Or, sem a necessidade de um pedido médico prévio.

Após a realização da mamografia, o cuidado continua. Em parceria com a Docway, as mulheres contarão com a flexibilidade de teleconsultas, com atendimento médico especializado para apoiar no diagnóstico e em toda a esteira de navegação necessária caso ocorram achados com suspeita de malignidade (a partir do BI-RADS 4). Já para o público mais jovem, a SulAmérica também reforça campanha educativa sobre a importância da prevenção, com orientações para que as mulheres busquem seus médicos e avaliem a necessidade de exames de rastreamento e mamografia.

“Como uma empresa responsável pela gestão da saúde, queremos estar cada vez mais presentes em todas as etapas do cuidado. Isso significa facilitar o acesso à informação, estimular a prevenção e oferecer suporte para que cada mulher possa tomar decisões com mais segurança.” afirma

Raquel Reis, CEO da SulAmérica Saúde e Odonto. “A prevenção salva vidas. Só que, entre saber que a mamografia precisa ser feita e conseguir fazê-la, existe uma distância. Foi essa distância que resolvemos encurtar”, completa.

O cenário reforça a importância de iniciativas de prevenção e cuidado. Segundo o Instituto Nacional de Câncer (INCA), são previstos 78.610 novos casos de câncer de mama por ano no Brasil no triênio 2026–2028. A doença também foi responsável por 20.849 mortes no país em 2024, de acordo com o Atlas de Mortalidade por Câncer.

No ano passado, a SulAmérica realizou cerca de 800 mil atendimentos relacionados a mamografias e ultrassonografias em todo o país, além de outros exames que apoiam o mapeamento do câncer de mama.

Informação e acolhimento ao longo da jornada

Além de incentivar a prevenção, a campanha deste ano amplia a conversa para as dúvidas e os desafios que podem surgir diante de uma suspeita ou diagnóstico de câncer de mama. Para isso, a SulAmérica convidou o mastologista Dr. Daniel Buttros (CRM-SP 117037) para ser uma das principais vozes da campanha. Professor e pesquisador da Faculdade de Medicina de Botucatu/UNESP, presidente da Comissão de Comunicação da Sociedade Brasileira de Mastologia e fundador do projeto Caminhos de Cura, Buttros construiu também uma forte presença nas redes sociais ao traduzir informações sobre câncer de mama e saúde da mulher de forma acessível. Hoje, reúne mais de 2 milhões de seguidores em suas plataformas digitais.

Ao longo do Outubro Rosa, o médico estará junto com a SulAmérica participando ativamente para esclarecer dúvidas relacionadas a câncer de mama, pré e pós-tratamento, além de outros temas relacionados como a menopausa pós-tratamento. O objetivo é levar informação confiável às mulheres sobre diferentes momentos dessa jornada e contribuir para que cada mulher possa compreender melhor os caminhos de cuidado com a própria saúde a partir do conceito de campanha “Diagnóstico não vem com manual. A SulAmérica te acompanha durante essa jornada”.

Fonte: GBR, em 19.10.2026