



## [ 72 ] "O que importa para você? Uma campanha por um cuidado centrado na pessoa"

Organização responsável: **Secretaria Municipal de Saúde (SMS)**

### **CATEGORIA III: Inovação aberta**

#### **Resumo**

A campanha "O que importa para você?" é fundamentada pelo cuidado humanizado a pacientes internados, que são entrevistados pela equipe multi e detectam desejos sobre o que é importante naquele momento. Contempla o bem estar do indivíduo, melhora a experiência de internação, com pequenas atitudes acolhedoras.

Desde 2018 é realizada no Hospital Municipal Maternidade Escola de Vila Nova Cachoeirinha - HMEC, hospital de grande porte especializado em gestações de alto risco, que realiza o maior número de partos na esfera pública da cidade.

O projeto-piloto ocorreu na Casa da Gestante de Alto Risco. Está em expansão para a Unidade Neonatal.

Teve como parceiros a Associação Congregação Santa Catarina, que trouxe a campanha para o Brasil e colaborou com sensibilização dos funcionários do HMEC com palestras e um cabeleireiro voluntário.

Depoimentos de pacientes e colaboradores transformados em vídeo demonstram o sentimento de acolhimento e gratidão, fortalecendo o vínculo entre as partes.

#### **1\_Objetivo**

O projeto "O que importa para você?" é uma iniciativa que tem o objetivo de estimular conversas significativas entre os profissionais de saúde e os pacientes, criando assim um laço de empatia e compaixão entre eles. Ao mesmo tempo, busca atendê-los de forma humanizada, aprimorando os cuidados à saúde, focando realmente no que importa para o paciente naquele momento.

Pretende-se aqui descrever a experiência da implantação no HMEC da campanha "O que importa para você? Por um cuidado centrado na pessoa", focando no relato da realização do projeto-piloto no setor de internação Casa da Gestante de Alto Risco, para posterior disseminação institucional no prazo de 8 meses, expondo também como foi o processo de sensibilização das equipes assistenciais.

Além da pergunta-chave "O que importa para você?", tradução de "What matters to you?" originária da campanha internacional, algumas outras perguntas são sugeridas para o sucesso da abordagem, como: "Quais são as coisas mais importantes para você neste momento?", "Existe algo que você queira falar que eu não perguntei?", "O que faria você se sentir melhor hoje?" e outras variações. Espera-se que na abordagem feita pelo profissional de saúde o paciente sinta-se seguro para conversar abertamente sobre sua vida, seus valores e suas preocupações, levando em consideração que é necessário que o profissional possa

desprender-se de conceitos pessoais e passe a respeitar as diferenças culturais e estilos de comunicação do próximo. Com esse tipo de abordagem que utiliza perguntas abertas que se propõem a captar algo mais do paciente e não só ditar ações prescritivas comuns à assistência à saúde onde se determina como o paciente deve se comportar e não se considera como ele se sente diante desses ditames, espera-se colaborar para que o paciente torne-se o centro do cuidado e tenha uma melhor experiência durante sua internação do ponto de vista qualitativo.

## **2\_Problema / oportunidade**

É sabido que o ambiente hospitalar tende a tratar o paciente de forma despersonalizada, desde o momento da internação ele deixa de ser tratado como pessoa e passa a ser referido como um diagnóstico ou número do leito, podendo gerar sofrimento físico e emocional. Ele é obrigado a seguir a rotina da unidade, alterando costumes e hábitos, interferindo no seu papel dentro da sociedade, família ou trabalho.

O HMEC, atento às manifestações dos usuários, tem Ouvidoria bastante ativa, que capta queixas, elogios e sugestões. Mesmo tendo índice de aprovação elevado, nota-se que as queixas concentram-se em situações sobre problemas de comunicação entre profissional e paciente.

Por outro lado, a Comunicação é uma das Seis Metas Internacionais de Segurança do Paciente propostas pela Organização Mundial de Saúde. Um dos desafios para garantir a segurança do paciente no ambiente hospitalar é enfatizar a comunicação efetiva como meta a ser atingida pela equipe interdisciplinar, como também, proporcionar um ambiente de trabalho harmonioso com assistência livre de danos. Nesse sentido, a comunicação é fundamental para um bom desenvolvimento do trabalho, pois é o elo de interação que fortalece o vínculo entre a equipe interdisciplinar e o cliente.

Sendo assim, o HMEC é um local propício para implantar a campanha “O que importa para você?” uma vez que propõe uma maneira mais humanizada e personalizada para captar e atender às necessidades dos pacientes.

A escolha do local da ação piloto da campanha deve-se ao fato de que a unidade de internação Casa da Gestante de Alto Risco é composta por vinte leitos, consideravelmente pequena em comparação às outras do hospital. Além disso, tem como perfil atender a diversos quadros clínicos relacionados à saúde da gestante e tem maior tempo de permanência. A equipe de saúde da unidade apresenta índice de rotatividade baixo, sendo receptiva e com boa aceitação quanto à realização de projetos inovadores para posterior aplicação em todo o hospital.

## **3\_Desde quando o projeto já está em implementação?**

Início Março de 2018, previsão de 1 ano para implantar em todas as unidades assistenciais do hospital.

## **4\_Atividades**

*Descreva, resumidamente, quais são as principais atividades / marcos do projeto até o momento. (limite de 2000 toques, incluindo caracteres e espaços)*

PRINCIPAIS ATIVIDADES:

- Conhecer as bases teóricas da campanha e relatos de experiências internacionais e nacionais, durante II e III Fóruns Latino Americanos de Qualidade e Segurança do Paciente em 2015 e 2017
- Convidar representante nacional da campanha para proferir palestra no HMEC (03/18)

- Planejar e organizar evento na Semana de Qualidade e Segurança do Paciente do HMEC (04/18)
  - Realizar visitas de benchmarking em duas instituições onde a campanha já é realizada (23/04 e 03/05/18)
  - Idealizar e realizar a comunicação visual para a campanha (04/18)
  - Divulgar o evento nas mídias corporativas (04/18)
  - Realizar evento para sensibilizar todos os gestores sobre o tema (05/18)
  - Realizar sensibilizações para equipe da Casa da Gestante para realização do Projeto Piloto (05/18)
  - Realizar ação piloto (05/2018)
  - Discutir com a equipe as demandas colhidas e selecionar aquelas passíveis de realização (05/2018);
  - Planejar as ações para realizar as demandas das pacientes;
  - Realizar as ações escolhidas;
  - Fazer documentação fotográfica e em vídeo de todos os momentos da campanha;
  - Realizar ação no dia mundial da campanha (06/06/18);
  - Montar vídeo institucional para disseminação da campanha (06/18)
  - Fazer apresentações para as equipes assistenciais e equipe gestora sobre as realizações (07 e 08/18);
  - Ampliar ação para a Unidade Neonatal, com a mesma metodologia: sensibilização das equipes (09/18)
  - Realizar ação com funcionários (Out/18)
  - Ampliar ação para Internação de Adultos (Nov/18)
  - Ampliar ação para Alojamento Conjunto, UTI de Adulto e Pronto Socorro (Janeiro a Março/19)
- MARCOS:
- Palestra de sensibilização realizada no HMEC (02/05/18)
  - Projeto piloto na CGAR (30 e 31/05/18)
  - Ações no dia mundial da campanha na CGAR (06/06/18)
  - Vídeo institucional apresentado em reunião com todos os gestores (10/07/18)
  - Campanha disseminada na Unidade Neonatal (12 e 13/09/18)
  - Ação realizada na Unidade Neonatal (19/09/18)
  - Ação planejada dia do Funcionário Público (25/10)

## **5\_Parceiros**

*Liste os parceiros envolvidos no projeto, brevemente descrevendo o papel de cada um (por ex., secretarias municipais, ONGs, empresas... limite de 2000 toques, incluindo caracteres e espaços)*

O movimento teve início nos Estados Unidos, pela Chief Executive Officer (CEO), do Institute for Healthcare Improvement, Maureen Bisognano em 2010, que estimulou a maior aproximação entre os profissionais e os pacientes e familiares. No mesmo ano, dois enfermeiros escoceses, desenvolveram maneiras para descobrir o que importava para os pacientes.

Na América Latina, a Associação Congregação de Santa Catarina foi pioneira a aderir à campanha internacional What Matters To You, em 2016, por acreditar que a percepção das necessidades e desejos pessoais é crucial para que os profissionais estabeleçam uma relação de confiança com o paciente e façam uma escuta qualificada a fim de captar anseios reais daquela pessoa, auxiliando na permanência nos hospitais.

O HMEC convidou a líder do movimento no Brasil, Camila Lorenz, para proferir palestra sobre o tema em maio de 2018, durante a II Semana de Qualidade e Segurança do Paciente. Também foram agendadas visitas de benchmarking no Hospital Santa Catarina e Amparo Maternal, gerenciados pela ACSC, que já realizam a campanha desde 2016, para que a equipe do HMEC se preparasse para a implantação. A ACSC autorizou a utilização dos materiais de comunicação visual disponíveis no seu site, acrescidos do logotipo do HMEC, desde que com a manutenção do logo da instituição. Submetemos os materiais à aprovação da Secretaria Municipal de Saúde, que fez divulgação das ações no site da SMS.

Um importante parceiro que atua com pacientes internadas há 14 anos é o cabeleireiro voluntário, que comparece uma vez por semana no Cantinho da Beleza, pequeno salão de beleza montado no hospital que faz parte das ações de humanização hospitalar.

Criou-se uma comissão do OQIPV, que atua em conjunto com o Grupo de Trabalho de Humanização e Comissão de Qualidade e Segurança do Paciente.

As comissões citadas, a ACSC, a SMS e o cabeleireiro voluntário são parceiros do projeto, bem como todos os gestores e equipes assistenciais do HMEC, além dos estagiários.

## **6\_ Resultados**

*Descreva os resultados do projeto. Sempre que possível, use indicadores quantitativos e/ou qualitativos destes resultados. (limite de 4000 toques, incluindo caracteres e espaços)*

Quantitativos:

A CGAR tem vinte leitos, havendo no dia da abordagem piloto dezoito pacientes internadas. As abordagens duraram entre dois a vinte minutos, em geral entre cinco e dez minutos as conversas fluíam e o que importava para a paciente era entendido.

Para promover interação entre profissionais e pacientes, e facilitar a comunicação há uma ficha padronizada de entrevista. O entrevistador procura saber sobre a experiência e desejos mais particulares das pacientes e suas perguntas são direcionadas com essa intenção. Para facilitar o trabalho da equipe, foram divididos cinco grupos, onde cada grupo ficou incumbido de abordar uma das enfermarias com quatro leitos cada.

A ficha padronizada é composta por alguns dados das pacientes e partir dessas entrevistas, foram identificadas algumas demandas.

Qualitativos:

Seguem alguns trechos de algumas demandas expressas pelas pacientes:

“Desejo uma conversa sincera sobre o parto, pois sei dos riscos e tenho muito medo da dor”.

“O que importa para mim é o nascimento do bebê que teve o diagnóstico de má formação e sei que é incompatível com a vida. Quero a garantia de que, caso nasça com vida, meu filho seja cuidado na unidade neonatal”.

“Venho à Maternidade pelo menos uma vez por semana, planejei minha gravidez. [...] Eu gostaria de ir ao Cantinho da Beleza para arrumar meu cabelo e gostaria também de uma visita guiada pela Maternidade”.

Após todas as abordagens, a equipe organizadora reuniu-se novamente para discutir sobre as demandas captadas. Uma a uma, foram discutidas para análise da viabilidade de realização. A Coordenadora da equipe fez também um relato de todos os casos para a equipe de enfermagem do setor que estava presente naquele plantão. Devido o custo mínimo, as realizações dos desejos das pacientes possíveis de serem realizadas.

No dia seguinte da campanha-piloto, os membros da equipe reuniram-se para atender um dos pedidos. Expuseram o caso para o coordenador médico da Unidade e para a equipe de médicos residentes que se reúnem diariamente para discutir os casos clínicos e as condutas.

Uma das residentes e o coordenador médico se prontificaram a chamar a paciente, que teve sua conversa sincera com o médico obstetra, psicóloga e residente de medicina.

Um dos membros da equipe mobilizou-se para atender ao segundo pedido, a paciente que durante aquela madrugada já tinha sido transferida para o Pré-parto e estava em trabalho de parto. Foi solicitada a presença de uma médica neonatologista, e a mesma explicou e esclareceu todas as suas dúvidas,

Para atender ao último pedido, a paciente foi conduzida ao Cantinho da Beleza, teve seu cabelo tratado e no dia anterior ganhou a visita guiada à Maternidade, fora do dia rotineiro onde ocorre essa atividade, acompanhada da Terapeuta Ocupacional.

Para finalizar a primeira ação, dia 06/06 toda a equipe realizou uma celebração com bolo de chocolate especial para diabéticos, em razão do dia mundial da campanha “O que importa para você?” e o aniversário de duas das pacientes, que se emocionaram ao receber a homenagem. A equipe teve apoio da Nutrição e da equipe de Enfermagem da Casa da Gestante de Alto Risco para a realização do evento.

Foram colhidos vários depoimentos de profissionais envolvidos, que revelam o poder da iniciativa, reproduzimos um deles:

“Foi impactante perceber que nas pequenas atitudes é que fazemos toda a diferença no atendimento ao paciente. Isto foi transformador para mim, enquanto profissional e como pessoa”.

Contemplando todo o processo da campanha, um dos resultados mais relevantes do trabalho foi a realização de um vídeo institucional montado pelas estagiárias que apresenta a campanha em si, as abordagens da ação-piloto, as demandas captadas no dia, a realização dos desejos das pacientes e as celebrações descritas acima. Este vídeo tem servido para sensibilização dos funcionários para que a campanha seja disseminada em todos os setores da Maternidade e sirva também de material de divulgação externa.

## **7\_Recursos investidos**

*Liste brevemente os recursos investidos no projeto (tanto financeiros quanto em tempo / dedicação de funcionários). Explique também se e como o projeto melhora a eficiência no uso de recursos públicos. (limite de 2000 toques, incluindo caracteres e espaços)*

A implantação da campanha tem baixo custo financeiro.

Recursos Financeiros para o projeto piloto:

2 Banners: R\$ 188,00

250 impressões coloridas: R\$ 250,00

1 Barra de chocolate: R\$ 7,00

1 pacote de cookie: R\$ 4,00

1 iogurte: R\$ 3,00

10 bexigas: R\$ 6,00

1 Bolo: R\$ 50,00

Total: R\$ 508,00

Recursos de tempo/dedicação de funcionários:

2 Visitas de benchmarking: 6 horas

Palestra de sensibilização gestores: 2 horas

Sensibilização Casa da Gestante: 1 hora

Reuniões planejamento: 12 horas

Realização ação piloto: 6 horas

Feed-back equipe Casa da Gestante: 1 hora

Reunião Avaliação: 2 horas

Elaboração materiais de divulgação: 60 horas

Sensibilização Unidade Neonatal (2 plantões, diurno e noturno): 3 horas

O projeto pode ter como resultado a melhoria da estadia das pacientes, mas não há mensuração se isso impacta no tempo de internação. Com a revalorização do papel do profissional de saúde no cuidado, este pode se sentir impelido a melhorar o uso dos recursos disponíveis na instituição.

Há estudos ainda não replicados no Brasil mostrando que a experiência do paciente e cuidado centrado no paciente, conceitos que têm relação com a campanha em questão, traz resultados como lealdade do cliente, reputação, melhora nos indicadores clínicos e financeiros, uma vez que mantemos o foco no trabalho em equipe, reduzindo tempo e desperdícios, olhando também para a experiência do colaborador.

Ressalta-se que embora a Maternidade não disponha de verba específica para financiar esse projeto, as horas despendidas para confecção de materiais foram predominantemente de profissionais e estagiários que atuam nos setores de Qualidade e Segurança do Paciente, Grupo de Trabalho de Humanização e Comunicação, cujo fazer abrange ações dessa natureza. As abordagens não necessariamente aumentam o tempo dos atendimentos, mas sim qualificam a relação entre profissionais e pacientes. Quanto aos recursos financeiros, as ações que são objeto de realização das demandas não envolvem custos ou têm custo mínimo.

## **8\_ Inovação**

*Justifique quais são os aspectos inovadores desta iniciativa. (limite de 2000 toques, incluindo caracteres e espaços)*

A iniciativa “O que Importa para você” vem de encontro ao conceito de cuidado centrado no paciente, pauta que tem dominado os eventos da área de Qualidade e Segurança do Paciente no Brasil de 2016/17 para cá, e tem se tornado foco estratégico de grandes instituições de saúde, sejam hospitais, clínicas, operadoras de saúde ou indústrias. A Experiência do Paciente, tal como a campanha OQIPV, teve como berço o sistema de saúde americano onde, em 2001 o Institute of Medicine publicou artigo sobre o novo sistema de saúde para o século XXI, sugerindo seis objetivos para melhoria de tal sistema, dentre os quais menciona o cuidado centrado no paciente e agora chega ao Brasil, mostrando a importância da sua abordagem.

Há evidências científicas da relação entre uma boa experiência do paciente e resultados clínicos diretos e indiretos, o que resulta em melhor prognóstico, alta mais rápida e menor consumo de recursos.

Existem muitas definições do que é a experiência do paciente, com abordagens distintas e complementares, mas há um consenso em dizer que a experiência do paciente se traduz em estabelecer um cuidado seguro, de alta qualidade e manter o paciente satisfeito.

O conceito de cuidado centrado no paciente consiste em prestar cuidados que sejam respeitosos e responsivos em preferências, necessidades e valores individuais do paciente e assegurar que os valores do paciente orientem todas as decisões clínicas.

Como preconiza o design de serviço, que propõe entender as necessidades e desejos das pessoas e projetar, junto com elas, soluções de serviços que sejam tanto encantadoras para quem os utiliza quanto eficientes para as organizações, as pessoas devem ser o centro da estratégia de qualquer negócio, portanto, pensando na área da saúde, o paciente deve ser o foco — ele deve ser ouvido, considerado e respeitado.

O importante é pensar que os usuários dos serviços sempre são pessoas e não apenas um número ou um diagnóstico, como é comum serem tratados.

## **9\_Transparência e participação**

*Comente de que forma o projeto contribui para uma gestão pública municipal mais transparente. Descreva ainda se há mecanismos de participação dos públicos envolvidos do projeto e como esta participação acontece (no planejamento, na implementação, na avaliação... limite de 2000 toques, incluindo caracteres e espaços)*

O projeto teve aprovação da diretoria e foi disseminado em reuniões oficiais com todos os gestores, além das mídias sociais corporativas tanto do HMEC quanto de SMS. Envolve estimular a comunicação entre profissionais e usuários e resgata o valor da relação interpessoal positiva. No processo da implantação, procurou-se envolver todos os atores, com a intenção de disseminar a prática paulatinamente em todo o hospital e poder servir de modelo para outras instituições públicas ou privadas que queiram adotar a ideia.

Apesar dos receios iniciais dos profissionais envolvidos, eles foram capazes de ajudar os pacientes com aquilo que mais importava para eles e acabaram descobrindo que as coisas simples são o que os pacientes mais valorizam e que têm o maior impacto no bem-estar deles. Vale destacar que o fato de se perguntar o que importa para o paciente não implica necessariamente em realizar todas as demandas. Isto é deixado claro para o paciente ou familiar envolvido e também para as equipes, a fim de não gerar frustrações. Os pedidos são analisados e verifica-se o que é factível para a instituição realizar, seja do ponto de vista financeiro, logístico e principalmente do ponto de vista da segurança do paciente. Em muitos casos, é possível revisar algumas pequenas regras e rotinas e transpô-las naquele momento, porém sem expor o paciente a danos ou sem quebrar qualquer aspecto técnico e ético na assistência que está sendo prestada.

Vários tipos de ações que têm sido realizadas já faziam parte da cultura organizacional, mas encontravam-se dispersas e muitas vezes até ocultas. Os profissionais que já tinham essa sensibilidade ouviam os pacientes e tentavam realizar pequenas ações visando maior bem estar do paciente ou familiar, mas omitiam essas ações por não valorizá-las ou mesmo com receio de alguma sanção. Com essa campanha, essas ações puderam vir à tona e são discutidas de forma transparente com os envolvidos, com anuência das chefias.

## **10\_Continuidade**

*Descreva as atividades e as estratégias usadas no projeto para aumentar as chances de continuidade da iniciativa a médio e longo prazo. (limite de 2000 toques, incluindo caracteres e espaços)*

As fases para adesão institucional foram: benchmarking com experiências exitosas, apoio da alta direção, aula com líder do movimento no Brasil para sensibilização dos gestores e equipes, planejamento, projeto-piloto, avaliação, disseminação interna e redes sociais corporativas, divulgação dos resultados, agendamento no calendário institucional como evento anual e campanha permanente, utilizando ferramenta da qualidade PDCA (Plan, Do, Check, Act).

A perpetuação do projeto nesta instituição é totalmente factível, visto que a implantação foi detalhadamente planejada, conta com o apoio da alta direção, houve sensibilização das equipes e disseminação. Por sermos Hospital de Ensino e com certificações de Qualidade e Humanização, existe cultura organizacional que acolhe projetos inovadores.

Formou-se equipe composta de psicólogos, enfermeiros, assistentes sociais, fisioterapeutas, nutricionistas e estagiárias de enfermagem, psicologia, administração, publicidade e propaganda, engajados a disseminar a campanha no HMEC.

Produziram-se releases, formulário para captação e registro das histórias, banner, folders, crachás, material para divulgação na rede social, apresentações digitais para divulgação e sensibilização no hospital, decoração do setor, fotografia e vídeo.

Posteriormente ao contato com as pacientes, o grupo apresentou as demandas e avaliou os recursos necessários para realizar a concretização desses desejos, o que ocorreu no dia seguinte, captando também relatos das pacientes e dos profissionais envolvidos, bem como da equipe organizadora.

A experiência foi retransmitida por meio de vídeo institucional, postado também em redes sociais corporativas, com as devidas autorizações de uso de imagem.

Em comemoração ao dia mundial da campanha OQIPV que foi dia 06 de junho, novas ações foram realizadas.

A partir dessa experiência exitosa, a Unidade Neonatal foi escolhida como setor seguinte para implantação. Paulatinamente, todos os setores serão envolvidos até 03/19.

## **11\_Replicabilidade**

*Em que medida o projeto pode ser replicado em outras áreas da PMSP ou mesmo em outros municípios? (limite de 2000 toques, incluindo caracteres e espaços)*

Ferramenta 5W2H para demonstrar a replicabilidade do projeto:

O QUE

Projeto OQIPV apresenta alta replicabilidade

QUEM

Alta direção e colaboradores sensibilizados e engajados em prol da humanização da assistência à saúde

ONDE

Em todas maternidades municipais ou estaduais; em hospitais gerais onde há agravos de saúde que exijam internações; pronto socorros; em qualquer serviço de saúde ambulatorial

QUANDO

Após sensibilização das equipes, o início das ações pode ocorrer imediatamente

PORQUE

A gestação é um fenômeno fisiológico, geralmente sem alterações ou anormalidades. Uma parcela apresenta mais probabilidade de evolução desfavorável para o feto ou para a mãe: as gestantes de alto risco. Para todas, a gestação é um período no qual a mulher necessita de cuidados especiais pelo fato de vivenciar experiências singulares decorrentes de modificações fisiológicas e psicossociais. Qualidade da assistência, atenção centrada na usuária e não na doença e estabelecimento de uma relação de diálogo entre profissionais e pacientes são fundamentais nessa fase.

Embora sabendo dos direitos do paciente, é difícil o profissional da saúde permitir a manifestação das vontades do doente, pois cabe a ele fazer cumprir normas hospitalares. Além disso, o direito à participação na escolha do tratamento quase sempre é omitido.

A campanha enfatiza respeitar e ouvir o que o outro tem a dizer, buscando esclarecer o que ouvimos, ter compaixão, tolerância, honestidade, atenção, entender a necessidade do autoconhecimento para poder respeitar a si próprio e, então, respeitar o outro.

Isso faz o profissional resgatar o sentido de ter escolhido uma carreira da área da saúde.

COMO

Perguntar o que importa, ouvir o que importa e fazer o que importa

QUANTO

O custo do projeto é bastante baixo, já que um simples bom dia e pequenas ações com nenhum ou com baixo custo podem fazer toda a diferença no cuidado e melhorar a experiência do paciente nas ações de cuidado (incluindo qualidade e satisfação)

## **12\_ Organização responsável**

*Fale brevemente sobre a organização / órgão público responsável pelo projeto. (limite de 2000 toques, incluindo caracteres e espaços)*

O Hospital Municipal Maternidade Escola Dr. Mário de Moraes Altenfelder Silva (HMEC) – Maternidade Escola Vila Nova Cachoeirinha é hospital especializado, administração direta da SMS. Inaugurado em 04/12/1972, é de grande porte, com 182 leitos planejados e 176 operacionais. Situa-se na Av. Deputado Emilio Carlos, 3100.

Na área assistencial, o HMEC atua na atenção de níveis secundário e terciário de complexidade, com foco na saúde da mulher e do recém-nascido com ênfase na assistência às gestantes de alto risco e seu RN e nas especialidades da Ginecologia Geral.

Desde a fundação agrega o caráter assistencial ao de ensino e desde 2010 é credenciado como Hospital de Ensino, primeiro e único de administração municipal a receber este tipo de certificação concedida pelos Ministérios da Saúde e da Educação apenas a hospitais que mantêm patamar de excelência.

As pacientes internadas na Casa da Gestante de Alto Risco são gestantes de alto risco obstétrico (hipertensão arterial, crescimento intrauterino restrito, trabalho de parto prematuro, rotura prematura de membranas, diabetes mellitus, gemelaridade, malformação fetal e outras patologias), que em algum momento da gestação, necessitem de controles especiais e de um acompanhamento mais rigoroso, executado por equipe multiprofissional especializada.

O HMEC é o hospital que mais realiza partos na rede pública de São Paulo, totalizando 7.234 em 2017, média de 603 por mês, 12.755 internações hospitalares, cumprindo papel primordial para a cidade e especialmente para a região Norte.

Além de ser referência na assistência, com altos índices de aprovação captados pela Ouvidoria, possui Grupo de Trabalho de Humanização (27 participantes) que coordena esta ação em conjunto com a Comissão de Qualidade e Segurança do Paciente (46 participantes), bastante atuantes e sempre trazendo inovações com engajamento das equipes. Foi criado grupo de trabalho específico para OQIPV (28 participantes) para orquestrar as ações próprias do Projeto.