

ADVANCED DIGITAL HEALTH MEDICINA PREVENTIVA S.A.
CNPJ/MF nº 10.345.009/0001-98
NIRE 35.300.362.462

COMUNICADO AO MERCADO

PRÓXIMOS PASSOS DA ADH PARA O 2T17

Advanced Digital Health Medicina Preventiva S.A. ("ADH", "Companhia", BM&FBovespa Código: ADHM3, ADR Nível 1: ADHMY) comunica aos acionistas e ao mercado em geral seu planejamento de atividades para o 2T17.

Próximos passos da ADH para o 2T17

- **Status do desenvolvimento da plataforma proprietária:** A Companhia encontra-se na fase final de desenvolvimento da plataforma digital tecnológica, executando todas as revisões e validações do conteúdo. Esta etapa está sendo liderada pelo Centro de Excelência Médica na filial dos EUA e tem grande importância para garantir o melhor conteúdo para os médicos e pacientes. A ADH também está trabalhando na tradução de todo o material científico disponível originalmente em inglês para português, a fim de atender seu primeiro mercado de atuação. O projeto piloto, bem como a validação de todo o processo logístico e laboratorial, serão concluídos ainda no 2T17.

- **Parcerias globais:** A ADH iniciará sua expansão internacional, explorando parcerias para representação da Companhia, bem como distribuição de sua plataforma digital na Europa e China.

- **Credenciamento de médicos e clínicas:** O processo de credenciamento dos médicos e clínicas, que serão o principal canal de distribuição da Companhia, já está em andamento desde o final de 2016, conforme previamente anunciado, para garantir uma ampla rede de distribuição. Além dos ajustes necessários para atender novos mercados, a Companhia está reforçando a estratégia de credenciamento das seguintes maneiras:

1- Lideranças médicas: Renomados profissionais da área da saúde representam associações de classes e têm forte influência e acesso a um grande número de médicos dentro de sua especialidade. A ADH está selecionando e abordando esses formadores de opinião para apresentar sua plataforma digital preventiva nas associações e eventos, além de workshops exclusivos e direcionados. Esses médicos serão

credenciados como “embaixadores” da companhia e a administração está convencida de que essa abordagem permitirá expandir a rede credenciada significativamente.

2- Força de vendas: Nesse modelo, a equipe comercial aborda médicos e clínicas, apresentando a plataforma digital para o credenciamento. Isso permite que a ADH use o mesmo modelo comercial padrão já consagrado para visitação e credenciamento de produtos da indústria farmacêutica. A implementação desta estratégia permitirá a ADH executar suas vendas nos grandes centros médicos nesta primeira fase, e continuar sua expansão para outras localidades num segundo momento.

3 – Credenciamento passivo: A Companhia recebe continuamente solicitações de médicos e clínicas de diversas localidades que ainda não estão sendo exploradas pela força de vendas nesta primeira fase da operação. Para atendê-los, a ADH estabeleceu um processo de avaliação para esses médicos e clínicas interessados na plataforma. Por este meio, a ADH já terá cobertura em diversas partes do território nacional nos primeiros meses de operação.

- **Marketing e publicidade:** À medida que a ADH se aproxima da fase operacional, conduzirá campanhas de marketing para promover seu produto e serviço para o público consumidor, por meio de campanhas em redes sociais, revistas e publicações médicas. Além disso, a Companhia estará presente nos principais eventos de saúde relacionados à medicina preventiva e longevidade.

A Companhia manterá o mercado informado sobre o desenvolvimento do projeto, bem como o progresso nas alianças estratégicas.

Barueri, 19 de abril de 2017

Natasha Namie Nakagawa

Diretora de Relações com Investidores