

**NOTA DE PRENSA VIACOM-TELEFÓNICA DEL 15 DE NOVIEMBRE DE 2016:****VIACOM COMPRA TELEVISIÓN FEDERAL S.A. (TELEFE) EN ARGENTINA, A TELEFÓNICA S.A., POR US\$345 MILLONES DE DÓLARES**

**Esta adquisición permitirá acelerar la estrategia de crecimiento de Viacom en Argentina y América Latina.**

**Con esta operación, Telefónica da un nuevo paso en la gestión de su cartera de activos y reafirma su compromiso con Argentina, donde opera desde hace veintiséis años y ha invertido unos 15.000 millones de euros en infraestructuras.**

**Buenos Aires, Madrid y Nueva York, {15} de noviembre 2016** –Viacom Inc. (Nasdaq: VIAB, VIA) y Telefónica S.A. anunciaron hoy la adquisición de Televisión Federal S.A. (Telefe), uno de los principales canales de TV abierta de Argentina, por Viacom International Media Networks (VIMN). El acuerdo se cerró por un total de US\$345 millones de dólares.

Esta transacción permite incorporar uno de los canales de televisión más populares de Argentina y el mayor productor de contenido local al portafolio de canales de TV internacionales y plataformas digitales de Viacom, actualmente en rápido crecimiento. Telefe tiene una cobertura nacional del 95% de hogares en Argentina, un país con 43 millones de habitantes, y ha logrado una media de cuota de audiencia del 33% en lo que va del año. El canal produce más de 3.000 horas de contenido por año, incluyendo siete de los diez principales programas actualmente al aire y cuenta con unos fondos de 33.000 horas de contenido local. La combinación de Telefe con los populares canales de TV paga de Viacom, como MTV, Nickelodeon, Comedy Central y Paramount Channel, fortalecerá aún más la posición de VIMN en Argentina y América Latina.

Por su parte, la operación está en línea con la gestión de la cartera de activos del Grupo Telefónica, basada en la creación de valor y posicionamiento estratégico.

Bob Bakish, Presidente y CEO Interino de Viacom, comentó: “Telefe es un valioso negocio de televisión y producción, y esta adquisición servirá para acelerar nuestra estrategia de crecimiento en Argentina, uno de los mercados de medios más avanzados de América Latina. Viacom tiene un record sin igual en combinar canales de TV abierta y TV paga que resultan en un fuerte crecimiento en mercados de alto valor, incluyendo el Reino Unido e India. Trabajando junto al exitoso equipo de Telefe, podemos fortalecer la posición líder de mercado de Telefe en Argentina y expandir su presencia en el resto del mundo con la extensa red global de Viacom, hasta llegar a un potencial de cientos de millones de hispanoparlantes en Latinoamérica y Norte América, además de otros mercados”.

Antonio Martí, Director de Desarrollo de Negocio y Planificación del Área Comercial Digital de Telefónica S.A., comentó: “Telefé es el líder del mercado y ha tenido un buen desempeño en los últimos años. Esta operación está en línea con la gestión de la cartera de activos del Grupo –basada en la creación de valor y posicionamiento

estratégico- y permite a Telefónica concentrarse aún más en sus actividades principales en Argentina: el desarrollo de la industria de telecomunicaciones y de las últimas tecnologías en conectividad para impulsar la sociedad digital del futuro, ratificando así su fuerte compromiso con una Argentina conectada y protagonista de la revolución digital”.

Desde su llegada a Argentina hace veintiséis años, Telefónica –que gestiona 26,8 millones de accesos en el país- ha invertido en infraestructuras (Capex, incluyendo espectro) cerca de 15.000 millones de euros. Entre enero y septiembre de 2016, el esfuerzo inversor de Telefónica Argentina ha aumentado casi el 35%, respecto al mismo periodo del 2015, con el objetivo de ampliar la red de comunicaciones y poner al alcance de los clientes nuevas experiencias de conectividad y navegación. Todo ello ratifica una vez más el sólido compromiso del Grupo Telefónica con una Argentina conectada y protagonista de la revolución digital, y sirve de soporte a las inversiones futuras ya anunciadas localmente, que superarán los 36.000 millones de pesos en tres años (2016-2018).

Telefe estará bajo la dirección de Pierluigi Gazzolo, Presidente de VIMN Américas. La adquisición se suma a la larga y exitosa trayectoria de inversión de Viacom en Argentina, la cual comenzó con el lanzamiento de MTV en el 1993. El portafolio de Viacom ahora incluye 12 canales de TV paga incluyendo Nickelodeon, Nick Jr., Comedy Central, Paramount Channel y VH1, entre otros, que llegan a audiencias desde preescolares hasta adultos; una suite de aplicaciones móviles autenticadas; múltiples eventos y experiencias en vivo; y un extenso catálogo de productos licenciados. VIMN tiene oficina en Buenos Aires desde el 1995.

### **Términos del acuerdo**

Bajo los términos del acuerdo, Viacom adquiere todas las marcas y activos de Telefe, que incluyen:

Telefe en Buenos Aires Capital y Gran Buenos Aires, uno de los principales canales de TV abierta en el país, lanzado inicialmente como Tele Once en 1961. Su diversa programación incluye Educando a Nina, Loco x Vos, Susana Giménez, Pesadilla en la Cocina y Telefe Noticias.

Ocho canales propios en el interior del país, incluyendo Canal Cinco en Rosario, Canal Siete en Neuquén, Teleocho en Córdoba, Canal Ocho en Mar del Plata, Canal Ocho en Tucumán, Canal Nueve en Bahía Blanca, Canal Once en Salta y Canal Trece en Santa Fe.

Telefe Internacional, canal de TV paga visto en América Latina y con 10 millones de suscriptores en 17 países.

Una importante presencia multiplataforma a través de aplicaciones como Mi Telefe y Telefe Noticias, UPlay, una red de múltiples canales fundada por Telefe, y una asociación de comercio electrónico con Mercado Libre.

Doce estudios de producción que superan los 12.000 m2 de espacio.

Una biblioteca de 33.000 horas de contenido con distribución actual en 35 idiomas en más de 100 países.

Esta adquisición ha sido financiada por las reservas en efectivo de Viacom. Se espera que la transacción se vea reflejada en las utilidades de Viacom al cierre del año fiscal 2017. La transacción está sujeta a las aprobaciones regulatorias habituales.

UBS Investment Bank ha sido el asesor financiero de Viacom Inc., y M.& M. Bomchil y Shearman & Sterling sirvieron como sus asesores legales. Por su parte, Citigroup ha sido el asesor financiero de Telefónica, y DLA Piper y A & F Allende Ferrante sirvieron como sus asesores legales.

###

### **Acerca de Viacom**

Viacom es el hogar de las principales marcas mundiales de medios que crean programación cautivadora, películas, contenido de corto formato, aplicaciones, juegos, productos de consumo, experiencias de redes sociales y otros contenidos de entretenimiento para audiencias en más de 180 países. Los canales de Viacom, incluyendo Nickelodeon, Comedy Central, MTV, VH1, Spike, BET, CMT, TV Land, Nick at Nite, Nick Jr., Channel 5 (Reino Unido), Logo, Nicktoons, TeenNick y Paramount Channel, alcanzan más de 3.9 billones de suscriptores de TV acumulados mundialmente. Paramount Pictures es uno de los productores y distribuidores de entretenimiento filmado líderes a nivel mundial.

### **Acerca de Telefónica**

Telefónica es una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil y número de clientes, que se apoya en una oferta integral y en la calidad de la conectividad que le proporcionan las mejores redes fijas, móviles y de banda ancha. Es una empresa en crecimiento que ofrece una experiencia diferencial, basada tanto en los valores de la propia compañía como en un posicionamiento público que defiende los intereses del cliente. Presente en 21 países y con casi 350 millones de accesos, Telefónica tiene una fuerte presencia en España, Europa y Latinoamérica, donde concentra la mayor parte de su estrategia de crecimiento. Telefónica es una empresa totalmente privada que cuenta con más de 1,5 millones de accionistas directos. Su capital social está dividido en la actualidad en 4.900.571.209 acciones ordinarias que cotizan en el mercado continuo de las bolsas españolas y en las bolsas de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires.

### **Acerca de Telefe**

Telefe es líder en la producción, distribución y comercialización de contenidos y servicios multiplataforma de la Argentina. Explora 9 licencias de televisión abierta y dos

señales: una nacional y una internacional con más de 10 millones de abonados. Durante 26 años, Telefe ha mantenido su liderazgo de audiencia con contenidos de alta calidad. Con más de 12.000 m2 de estudios de grabación, se orienta tanto a la realización de contenidos propios como a prestar servicios a terceros a nivel nacional e internacional.

Tiene presencia en todos los continentes siendo una de las compañías de contenidos más reconocida de habla hispana con distribución en más de 100 países. A través de las alianzas de codesarrollo internacional se consolida como un socio estratégico en la región. Telefe es también coproductora de los principales proyectos cinematográficos de Iberoamérica, sus películas obtienen reconocimiento y galardones de nivel internacional.

Telefe está comprometida con la innovación y a través de nuevas tecnologías, medios y tendencias llega a su público por diferentes caminos. Con una apuesta multiplataforma que incluye el desarrollo de sitios propios, contenidos originales, aplicaciones, una plataforma de comercio electrónico, y una MCN entre otros, se convirtió en uno de los referentes en el área digital. La mística, el orgullo y la pasión que caracterizan a su talento artístico y técnico, hacen de Telefe una marca magnética que mantiene una gran empatía y cercanía con su público.

### **Viacom - Declaración de Advertencia Relativa a las Declaraciones Prospectivas**

Este comunicado de prensa contiene declaraciones históricas y declaraciones prospectivas. Todas las declaraciones que no son de hecho histórico son, o pueden considerarse, declaraciones futuras. Las declaraciones prospectivas reflejan nuestras expectativas actuales con respecto a los futuros resultados, objetivos, planes y metas, e implican riesgos conocidos y desconocidos, incertidumbres y otros factores que son difíciles de predecir y que pueden causar cambios entre futuros resultados, desempeños o logros. Estos riesgos, incertidumbres y otros factores incluyen, entre otros: el efecto de la incertidumbre derivada de las transiciones en curso que involucran a nuestra junta directiva y la administración y cambios relacionados en la estrategia, incluyendo una posible fusión de negocios con CBS Corporation; la aceptación pública de nuestras marcas, programas, películas y otros contenidos de entretenimiento en las distintas plataformas en las que se distribuyen; el impacto de la medida inadecuada de audiencia en los ratings de nuestros programas y los ingresos de publicidad y afiliados; los avances tecnológicos y sus efectos en nuestros mercados y en el comportamiento de los consumidores; competencia por contenidos, audiencias, publicidad y distribución; el impacto de la piratería; las fluctuaciones económicas en los mercados publicitarios y de ventas, y las condiciones económicas en general; fluctuaciones en nuestros resultados debido al tiempo, la mezcla, el número y la disponibilidad de nuestras películas y otra programación; el potencial de pérdida de distribución u otra reducción en la distribución de nuestro contenido; cambios en las leyes y regulaciones federales de comunicaciones; evolución de la ciberseguridad y riesgos similares; otros factores económicos, comerciales, competitivos y / o regulatorios nacionales o globales que afecten nuestros negocios en general; y otros factores descritos en nuestros comunicados de prensa y presentaciones ante la

Securities and Exchange Commission, incluyendo pero no limitado a nuestro Informe Anual de 2016 en el Formulario 10-K e informes en el Formulario 10-Q y el Formulario 8-K. Las declaraciones prospectivas incluidas en este documento se hacen solamente en la fecha de este documento, y no tenemos ninguna obligación de actualizar públicamente las declaraciones prospectivas para reflejar sucesos o circunstancias posteriores. Si aplica, las reconciliaciones para cualquier información financiera “no GAAP” incluida en este comunicado de prensa se incluyen en este comunicado de prensa o están disponibles en nuestro sitio web en [www.viacom.com](http://www.viacom.com).

**Contactos de Prensa:**

VIMN Américas: Claudia Franklin (Miami) +1 305 938 4949 /  
 claudia.franklin@vimn.com Viacom: Jeremy Zweig (New York) +1 212 846 7503 /  
 Jeremy.zweig@viacom.com Telefónica: Corporate Communications (Madrid) +34 91  
 482 3800 / prensatelefonica@telefonica.com

###

**EXTRACTO REFERENTE A LOS ACTIVOS DE TELEFE:**

**Términos del acuerdo**

Bajo los términos del acuerdo, Viacom adquiere todas las marcas y activos de Telefe, que incluyen:

Telefe en Buenos Aires Capital y Gran Buenos Aires, uno de los principales canales de TV abierta en el país, lanzado inicialmente como Tele Once en 1961.

###

**ALGUNOS COMENTARIOS:**

Estamos en lo inmediato, en lo urgente, por cierto a veces muy valioso e imprescindible, pero no nos damos cuenta de lo importante y lo trascendente que es un error inicial para un futuro ya sea próximo o no. En la Argentina hubo históricamente muchos errores que hoy estamos padeciendo con sus lamentables consecuencias y tratando de compensar en algo sus resultados negativos, a veces muy difíciles de resolver.

“Como muestra, basta un botón”, dice el dicho popular. Por ejemplo, en un tema tan poco conocido como lo es el de la administración del espectro de televisión abierta, se conoce públicamente el tema del cambio de manos de TELEFE a VIACOM.

Pero sin embargo hay algo que, a partir de este hecho común en este mundo de los medios, se conoce muy poco sobre los condicionamientos futuros para el desarrollo de la TV DIGITAL ABIERTA que se avecina y que, aunque parezcan sin importancia, siempre van a repercutir lamentablemente en la gente, sobre todo considerando la experiencia en este campo de los medios tecnológicos de difusión.

TELEFE es una empresa privada que, entre todos sus activos que se transferirán a VIACOM, está el “canal digital” concedido como “espejo” para la transición hacia la TV

DIGITAL ABIERTA y asignado por la ex AFSCA, en carácter de “licenciatario-operador” con planta transmisora propia, en el canal radioeléctrico 21 de Buenos Aires. Dicho canal “espejo”, en el momento de la finalización de esa etapa de transición, en el año 2019 según decreto del PEN, deberá reemplazar al viejo canal 11 de Buenos Aires, analógico.

Si no se cambia a tiempo esta situación, establecida por dos resoluciones de la ex AFSCA, la empresa privada continuadora debería compartir dicho canal, en sólo una parte del mismo, con una señal simultánea de 24 horas de la Iglesia Católica, pero, quedando ésta, a su vez, a merced de los avatares lógicos de una empresa privada, ya que posee una autorización sin lapso de tiempo como cualquier Persona Jurídica Pública.

El actual Canal Orbe 21 de la Iglesia Católica había sido autorizado muy anteriormente por decreto del PEN en ese mismo espacio radioeléctrico y luego se le modificó su asignación estando dicha emisora en el aire, funcionando. Vemos así que dicha Institución no sólo posee claros derechos adquiridos sobre todo ese “territorio” espectral completo, sino que se le restó también al futuro titular privado, sea quien fuere, mucho espacio espectral para desarrollarse en la TV DIGITAL ABIERTA.

Asimismo, resulta vital restituir la asignación original al canal 21, como primera medida inicial, para el uso completo del denominado “Canal del Papa”, ya que esto permitiría la posibilidad que brinda la tecnología digital, por ejemplo, en cuanto a futuras señales de 24 horas simultáneas, como base de sustentación para una posterior programación en esa muy pequeña porción de espectro concedida, si se la compara con la infinidad de medios existentes.

De todos modos, esta anomalía se puede subsanar a tiempo en forma relativamente sencilla por parte del actual ENACOM, ya que las dos resoluciones de la ex AFSCA que generan este evidente error, que al ser advertido en su momento no habrían sido implementadas aún, y considerando además que, desde el punto vista de la planificación del espectro, para estos dos permisionarios (el público y el privado), sería completamente factible en esta etapa.

Ing. Alberto Cravena (M.N.1352)  
Buenos Aires, 8 de diciembre de 2016.