**ANALISE FINANCEIRA INDIVIDUAL - ARTIGO**

**Análise Financeira individual – Claro**

Na dimensão Financeira, a empresa está numa situação de alerta, talvez a falácia popular que vincula a palavra perigo no idioma Chinês à crise e oportunidade, seja a ideal para descrever a situação da companhia, pois, embora em recuperação, com a margem líquida apresentando uma melhora de 7% e o capital próprio de 16% em comparação a 2015, o que indica resgate do lucro, apresenta um ROA abaixo da média, fechando o ano de 2017 com um índice de 2,1% negativo, um ROE de 9,4% negativo, uma MLL de 4,3% negativo, índices bem abaixo dos concorrentes Telefônica e Tim, ademais, se considerarmos que a Oi em estágio de recuperação judicial tem seus resultados afetados, a Claro teria os piores índices de rentabilidade do setor, ainda mais se considerado um endividamento 78% possivelmente fruto de elevadas despesas financeiras, passivos assumidos provavelmente para sua operacionalização, cabe ressaltar que as despesas financeiras chegaram a representar 22% de suas receitas brutas em 2015, média bem superior ao do setor, o que afeta diretamente o seu resultado líquido, apresentando prejuízos anuais consecutivos. Contudo, no final do cenário sombrio, parece haver luz traduzida em oportunidade para Claro, pois, conforme quadro 06, possui uma boa penetração no mercado, representando uma média de 25% do Market Share de serviços como a telefonia fixa, telefonia móvel e banda larga fixa, isso sem falar dos 50% que possui do serviço de TV por assinatura, desse modo, a empresa tem um grande mercado consumidor, que se bem trabalhado pela administração, pode reverter a situação econômica, o que parece já estar ocorrendo com a sua recuperação gradativa dos índices de rentabilidades e liquidez, embora ainda negativos. Uma possível alternativa para o cenário seria a abertura de capital, uma vez que no momento é a única das “quatro grandes” que possui o capital fechado, sendo subsidiária da empresa mexicana America Movil S.A.B, pois como possui um grande número de clientes, logo, um bom valor de marca, poderia conseguir um bom IPO (Oferta inicial na bolsa de valores) e consideráveis incrementos de capital com a comercialização de ações ordinárias.

**Análise Financeira individual - Oi**

A Empresa enfrenta uma crítica situação, em 2016 entrou em recuperação judicial, e seus dados financeiros demonstram uma empresa altamente endividada, com seu Índice de Endividamento Geral atingindo os incríveis 120% em 2017 com aumento de 23 pontos percentuais se comparado ao ano de 2015, sendo que destes, 83% concentrados à curto prazo, tendo auferido no mesmo ano uma Margem Operacional negativa de 10% o que demonstra ineficiência operacional. Possui a menor participação de mercado de Receita Bruta se comparado com as “quatro grandes” do setor com 17,2%, contudo, mesmo em dificuldades consegue penetração de 32,5% do mercado de telefonia Fixa, 24,1% de Telefonia Móvel, e 20,4% de banda Larga Fixa. Em 2016 teve prejuízo de R$ 8.205.578 bi. e em 2017 de R$ 6.656.162 bi, valores expressivos que o plano de recuperação judicial aprovado em janeiro de 2018 tentará reverter. Talvez o início da nova fase já tenha começado, segundo dados da CVM (2018) após reestruturação da dívida a empresa teve lucro de R$30,5 bilhões no 1º trimestre de 2018, diminuindo de R$47,6 bilhões em dezembro de 2017 para R$13,5 bilhões em março de 2018.

**Análise Financeira individual - Telefônica**

Percebe-se que a Empresa possui um desempenho financeiro positivo e crescente, estando numa confortável situação, ainda mais se considerar seu nível de endividamento estável e baixo, e com seu CMV/CSP em queda (quadro 08), assim, seu retorno financeiro está aumentando e seus custos com vendas/serviços diminuindo, o que se traduz num aumento do Lucro bruto, somado a uma boa Margem de Lucro Operacional que representa eficiência na administração e um bom Lucro antes do imposto de Renda (LAIR) o que representa controle das receitas financeiras, acaba por conseguir um bom resultado de Lucro líquido e manutenção de uma boa liquidez, impactando positivamente sua MLL. Pode-se dizer que além de remunerar o Ativo e o Capital Próprio no tempo presente, tendo uma boa e crescente participação de market share, atingindo em agosto de 2018, 32% do mercado, com 6,9% a mais que o segundo colocado, ainda mais se considerarmos que a diferença em 2015 era de apenas 2,7%, a companhia garante aos seus investidores e credores que continuará em situação confortável nos próximos anos. Contudo, considerando a instabilidade econômica brasileira e o avanço das novas tecnologias disruptivas que tem afetado todo o setor, inclusive levando a telefônica a perder 5 milhões de usuários de telefonia móvel de 2014 para 2017, é necessário um planejamento de curto à longo prazo para que se definam diretrizes de como enfrentar esse novo cenário, se incorporando essas novas tecnologias aos produtos oferecidos, se enfrentando-as comercialmente o que não é aconselhável, pois não se “nada contra a maré”, ou se adaptando seus produtos, assimilando os novos entrantes do mercado, o que aparentemente já esteja ocorrendo, como por exemplo, a Vivo, além de vender pacotes tradicionais de TV por assinatura comercializa de forma agregada a Vivo Play, a Claro a Claro Now e a Oi a Oi Play, sendo serviços de vídeo sob demanda transmitido em multiplataforma, seja em smartphone, microcomputadores, videogames ou em Smart-TV, contudo, esses serviços ainda dependem do usuário assinar pacotes de TV por assinatura, diferentes da Prime Vídeo da Amazon ou Netflix que disponibilizam apenas o serviço streaming via internet, as tornando mais competitivas de acordo com as novas tendências mercadológicas de conectividade. Há de se destacar que ao apresentar uma baixa margem de endividamento, demonstra que pode estar perdendo oportunidade de captar recursos de capital com terceiros objetivando aumentar ainda mais sua rentabilidade.

**Análise Financeira individual - Tim**

A empresa apresenta um bom equilíbrio financeiro, com boa gestão de seus endividamentos, apresentando um IEG em 2017 de 44%, nível que indica que o capital de terceiros utilizado para impactar o ativo está sob controle, ainda mais se considerarmos sua composição de endividamento em 50%, demonstrando que suas dívidas estão distribuídas igualmente a curto e longo prazo, situação considerável saudável pelo mercado. Ademais a situação positiva apresentada na MLL pode ser indicativo que a empresa está financiando o seu crescimento, o que é algo de além de ser positivo tende ao crescimento do ROA, mesmo tendo apresentado uma leve queda em 2016. Contudo, a folga em relação ao mercado pode não ser motivo para tranquilidade, pois, mesmo tendo a segunda melhor saúde financeira, seu Market Share além de ser o menor entre as “quatro grandes” operadoras vem apresentando queda, representando perda espaço num mercado extremamente concorrido. Entretanto suas demonstrações contábeis, extraídas do site da CVM, demonstra que sua receita operacional bruta em 2015 foi de 17.138.851 bi; em 2016 foi de 15.617.413 bi e; em 2017 foi de 16.233.959 bi, desse modo as receitas de vendas se mantiveram, mesmo apresentando queda na margem operacional de 2,3% ao ano; queda na margem líquida de 1,3% ao ano, ainda mais considerando que o Lucros antes dos Juros, Impostos, Depreciação e Amortização (LAJIDA) caiu de 3.244.217 bi em 2015 para 1.933.352 bi em 2017, ou seja, uma queda de 40,40%, com aumento negativo do resultado financeiro de (- R$264.378) para (- R$497.836). Conclui-se que como suas receitas de vendas não aumentaram, e suas margens operacionais e liquidas diminuíram, embora em aparente situação financeira confortável, a empresa está tendo um aumento das despesas administrativas e financeiras que precisa ser amenizado, caso contrário os índices de rentabilidades irão se desequilibrar e afetar todos os demais índices como endividamento e liquidez entrando num ciclo perigoso, desse modo, políticas no nível estratégico da companhia que visem o ajuste precisam ser tomadas, seja de governanças corporativas ou até em investimentos em tecnologias disruptivas para que desse modo o nível tático possa desenvolver estratégias de marketing objetivando a retomada do marketing share e o nível operacional ações comerciais que garantem a retomada das receitas brutas.