Lucro da Vivo cresce 30,1% e alcança R$ 2,5 bilhões no 3º trimestre

- *Receita total atinge R$ 16,0 bilhões, aumento de 7,2% em relação ao mesmo período do ano anterior;*

- *EBITDA alcança R$ 7,1 bilhões e cresce 10,0%, com margem de 44,5%;*

- *Novos Negócios e Serviços Digitais representam 12,5% da receita total nos últimos 12 meses; destaque ao B2B digital, com 8,9% de participação;*

- *Base de clientes expande 3,0% e alcança 120,2 milhões de acessos, dos quais 106,4 milhões no segmento móvel, alta de 3,4%. O pós-pago avança 7,1%, para 74,7 milhões de acessos; fibra cresce 10,8%, chegando a 8,4 milhões de clientes conectados.*

São Paulo, 10 de novembro de 2026 – A Vivo encerra o terceiro trimestre de 2026 combinando crescimento consistente de receitas e gestão eficiente de recursos. O lucro líquido alcança R$ 2,5 bilhões, alta expressiva de 30,1% na comparação anual, enquanto o EBITDA aumenta 10,0%, para R$ 7,1 bilhões, com margem de 44,5%. A receita líquida avança 7,2% e chega a R$ 16,0 bilhões, impulsionada pelo pós-pago, fibra e serviços digitais. Ao fim do período, a companhia soma 120,2 milhões de acessos, 3,0% superior em relação ao mesmo trimestre do ano passado, sendo 106,4 milhões no móvel, evolução de 3,4%.

A receita do serviço móvel sobe 7,4%, alcançando R$ 10,4 bilhões, com destaque para o pós-pago, cujo faturamento cresce 9,1%, totalizando R$ 9,1 bilhões. Esse crescimento se deve, em grande parte, ao aumento da base de clientes pós-pagos, que chega a 74,7 milhões de acessos, progressão de 7,1%, apoiado por migrações do pré-pago e pela aquisição de novos clientes. O conjunto desses fatores contribui para um novo recorde no ARPU móvel, de R$ 32,90, incremento de 4,4%. A linha de aparelhos e eletrônicos, que considera a venda de celulares, acessórios e outros dispositivos, acelera 26,6%, com faturamento de R$ 1,1 bilhão.

A receita fixa total registra R$ 4,5 bilhões, alta de 2,7%, com a fibra à frente desse movimento: a receita cresce 5,7%, para R$ 2,1 bilhões, e a base de clientes chega a 8,4 milhões de casas e empresas conectadas, 10,8% acima do ano anterior. A taxa de penetração atinge 26,0%, ganho de 1,0 ponto percentual, e o churn recua para 1,4%.

A estratégia comercial da empresa tem o Vivo Total, oferta que combina pós-pago e fibra, como um dos principais vetores de alta do segmento. A solução respondeu por 86,2% das novas adições de fibra realizadas nas lojas nos últimos três meses, reforçando a relevância desse modelo para a aquisição e retenção de clientes. A base convergente soma 5,6 milhões de acessos, dos quais 4,0 milhões com Vivo Total, avanço de 27,8% na

*** Clasificado CORPORATIVO por TELEFÓNICA. *** Classified CORPORATE by TELEFÓNICA.
*** Classificado como CORPORATIVO pela TELEFÓNICA. *** Von TELEFÓNICA als UNTERNEHMENSINTERN eingestuft.

comparação anual. A participação dessa oferta na base de fibra alcança 48,0%, aumento de 6,4 pontos percentuais, indicando espaço adicional para expansão entre os clientes atuais. As receitas de Dados Corporativos, TIC e Serviços Digitais também contribuem para elevar a receita fixa total, com 4,9% de crescimento e R$ 1,5 bilhão em faturamento.

A Vivo investiu R$ 2,6 bilhões durante o trimestre, o equivalente a 16,0% da receita líquida. O resultado reflete a estratégia de fortalecer a qualidade da rede e gerar valor no longo prazo, mantendo a disciplina financeira na alocação de capital.

A maior parte dos recursos segue direcionada à modernização da infraestrutura móvel e fixa, acompanhando o aumento da demanda por dados e a evolução da experiência dos clientes. Líder em 5G, com 39,6% de participação de mercado (set/26), a Vivo está presente em 1.012 municípios, cobrindo 73% da população brasileira. Na fibra, a companhia alcança 32,4 milhões de domicílios cobertos, avanço anual de 6,4%, mantendo a maior rede do país. A qualidade das duas tecnologias também é reconhecida globalmente: pelo terceiro ano consecutivo, o 5G da Vivo é considerado pela Opensignal o mais veloz do mundo, enquanto a fibra é eleita pela nPerf a melhor internet fixa, além de ocupar as primeiras posições globais em desempenho de Wi-Fi, streaming e confiabilidade, ressaltando o compromisso da Vivo de oferecer cada vez mais e melhores serviços aos clientes.

A companhia também expande as fronteiras da conectividade com o Vivo Satélite, lançamento recente da parceria com a Starlink, tornando-se a primeira operadora do Brasil a oferecer conectividade em todo o território nacional. Baseada na tecnologia Direct-to-Device (D2D), a solução permite a comunicação direta entre smartphones e satélites, sem depender de infraestrutura terrestre, estendendo a cobertura a áreas rurais e remotas. Mais de 50 milhões de clientes elegíveis já podem se beneficiar da inovação que, inicialmente, contempla mensagens, localização por GPS, chamadas via WhatsApp e evoluirá para incorporar novos serviços.

“Os resultados refletem uma Vivo que evolui de forma consistente e, ao mesmo tempo, continua transformando seu negócio. Temos uma operação sólida, que nos permite investir nas melhores tecnologias de conectividade, ampliar nosso ecossistema de serviços digitais em parceria com as principais empresas do mercado e inovar para ser cada vez mais relevantes para os nossos clientes”, afirma o presidente da Vivo, Christian Gebara.

Gestão Financeira

A disciplina na gestão de custos e os ganhos de eficiência operacional seguem impulsionando a geração de caixa da Vivo no trimestre. Os custos totais, excluindo depreciação e amortização, totalizam R$ 8,9 bilhões, aumento anual de 5,0%. O fluxo de caixa operacional atinge R$ 4,6 bilhões, com crescimento de 17,8% e margem de 28,6%, enquanto a geração de caixa livre avançou 37,7%, para R$ 2,4 bilhões, refletindo a capacidade da companhia de converter crescimento e rentabilidade em geração de caixa consistente.

Esse sólido desempenho financeiro também sustenta a estratégia de retorno aos acionistas. Em 2026, a Vivo já distribuiu R$ 7,3 bilhões em remuneração. O montante considera a antecipação do pagamento de R$ 325 milhões em juros sobre capital

*** Clasificado CORPORATIVO por TELEFÓNICA. *** Classified CORPORATE by TELEFÓNICA.
*** Classificado como CORPORATIVO pela TELEFÓNICA. *** Von TELEFÓNICA als UNTERNEHMENSINTERN eingestuft.

próprio (JCP), anunciada nesta terça-feira (10), além de R$ 3,0 bilhões em JCP declarados em 2025 e R$ 4,0 bilhões referentes à redução de capital. A companhia também conta com um programa de recompra de ações de até R$ 1,0 bilhão, que poderá ampliar ainda mais esse retorno neste ano. Dessa forma, a Vivo reforça seu compromisso de distribuir aos acionistas, no mínimo, 100% do lucro líquido de 2026.

“Encerramos o terceiro trimestre com crescimento rentável e forte geração de caixa, sustentados pela disciplina financeira e pela eficiência operacional. A evolução do EBITDA e do lucro líquido reflete a resiliência do nosso modelo de negócios e fortalece nossa capacidade de financiar a expansão das operações, capturar novas oportunidades de crescimento e seguir entregando retornos atrativos aos acionistas”, explica o CFO da Vivo, Rodrigo Monari.

Novos Negócios e Serviços Digitais
Os novos negócios e serviços digitais continuam ganhando relevância, representando 12,5% da receita total da companhia nos últimos 12 meses. O B2B se destaca pelo desempenho expressivo do portfólio digital, composto por soluções de cloud, cibersegurança, big data, IoT, mensageria, venda e aluguel de equipamentos de TI. No período, essas verticais atingem R$ 5,6 bilhões em receita, alta de 10,9%, representando 8,9% do faturamento da Vivo.

Rumo à consolidação como provedora de soluções digitais corporativas, a companhia lançou, em parceria com a Palo Alto Networks, um Centro de Operações de Segurança Agêntico (SOC), que utiliza agentes de inteligência artificial nas operações de prevenção, detecção e resposta a ameaças cibernéticas. A adoção do modelo eleva a capacidade de proteção das empresas ao combinar automação e recursos avançados de IA para antecipar riscos e acelerar a resposta a ataques cada vez mais sofisticados.

No B2C, os serviços digitais e novos negócios encerram os últimos 12 meses com receita de R$ 2,3 bilhões, aumento de 37,1%, e representam 3,6% da receita total. Destaque para a Vale Saúde, que registra R$ 133 milhões no período, alta de 46,4%. A plataforma amplia o acesso à saúde de qualidade no Brasil por meio de um portfólio que reúne telemedicina, bem-estar e descontos em farmácias e já conta com mais de 620 mil assinantes, incluindo 114 mil usuários do app de meditação Atma. No período, também viabilizou mais de 61 mil consultas, exames e procedimentos e a venda de mais de 2,6 milhões de itens com desconto em farmácias.

A Vale Saúde também passa a integrar a nova oferta do Vivo Pré. Com planos a partir de R$35,00 por 30 dias, os clientes têm acesso a descontos de até 60% em medicamentos, além de armazenamento no Google Cloud. A iniciativa expande os benefícios associados ao pré-pago e fortalece a presença dos serviços digitais no relacionamento com os clientes.

A parceria com as principais plataformas de música e vídeo impulsiona os resultados com as OTTs, cuja receita somada alcança R$ 965 milhões nos últimos 12 meses, incremento de 30,5% na comparação anual. A base avança 29,0% e alcança 4,8 milhões de assinantes. Nos últimos três meses, a Vivo ampliou seu portfólio com novos combos de streaming, que reúnem até seis serviços em uma única fatura, com preços a partir de R$ 49,90.

*** Clasificado CORPORATIVO por TELEFÓNICA. *** Classified CORPORATE by TELEFÓNICA.
*** Classificado como CORPORATIVO pela TELEFÓNICA. *** Von TELEFÓNICA als UNTERNEHMENSINTERN eingestuft.

A receita de Serviços Financeiros alcança R$ 458 milhões nos últimos 12 meses, alta de 13,6%. O Vivo Pay mantém o histórico de crescimento e, desde o lançamento, em outubro de 2020, já concedeu R$ 1,3 bilhão em empréstimos pessoais. No trimestre, mais de 48% dos smartphones vendidos nas lojas foram adquiridos com seguro, avanço de 11 pontos percentuais em um ano. O desempenho também acompanha a ampliação do portfólio de proteção, com seguros residencial, de vida, viagem e para eletrônicos, além do AppleCare+, oferecido pela Vivo de forma pioneira entre as operadoras da América Latina. Nos últimos três meses, 15% dos iPhones 18 Pro vendidos nas lojas incluíram o serviço.

A expansão do portfólio de serviços digitais e conectividade amplia o relacionamento da Vivo com os clientes e contribui para elevar a receita média mensal B2C por CPF para R$ 69,80 nos últimos 12 meses, alta de 8,0%.

Crescimento Sustentável

Em ESG, a Vivo segue avançando, com metas mais ambiciosas, iniciativas de engajamento e reconhecimentos que refletem a evolução de suas práticas ambientais, sociais e de governança. No pilar ambiental, a companhia, que já atingiu 91%, sobe para 95% a meta de redução das emissões operacionais dos escopos 1 e 2 até 2035. Também publicou seu Plano de Ação Climática 2026, reforçando o compromisso com a transição para uma economia de baixo carbono.

A agenda ganha ainda mais visibilidade com a segunda edição do Encontro Futuro Vivo, que reuniu 19 especialistas e lideranças que são referência em desenvolvimento sustentável no Brasil e no mundo, em mais de nove horas de conteúdo gratuito por meio da transmissão do portal Terra. Durante o evento, a Vivo anunciou os próximos passos da Floresta Futuro Vivo, compromisso de 30 anos para proteger e restaurar cerca de 900 mil árvores da Amazônia em uma área de 825 hectares, entre o Pará (PA) e o Maranhão (MA). Inserido no Mosaico Gurupi-Turiaçu, um dos territórios mais relevantes do mundo para a conservação da biodiversidade, o projeto avança na escuta das comunidades e prevê o plantio em larga escala de espécies nativas a partir de janeiro de 2027. Em julho, a Vivo realizou, em Paragominas (PA), o plantio simbólico de espécies nativas, ao lado de representantes da etnia Tembé, além da dispersão de 150 mil sementes por drones.

No âmbito social, a Fundação Telefônica Vivo, em parceria com renomadas fundações e instituições do país, divulgou a pesquisa: “O que os estudantes pensam sobre a Educação?”, realizada pelo Datafolha, com cerca de 5,3 mil alunos de todo o Brasil. O estudo revela que pelo menos um em cada quatro estudantes do Ensino Médio da rede estadual aponta melhorias no ensino e na aprendizagem como principal expectativa para as escolas públicas diante dos governos que assumem em 2027. Para esses jovens, a qualidade da educação está diretamente relacionada à atuação dos professores, com demandas por aulas mais dinâmicas, novas abordagens em sala de aula e melhor capacitação docente.

No desenvolvimento de talentos, a companhia lançou, em setembro, o Programa de Trainee com 20 vagas disponíveis para início da jornada de trabalho em fevereiro de

*** Clasificado CORPORATIVO por TELEFÓNICA. *** Classified CORPORATE by TELEFÓNICA.
*** Classificado como CORPORATIVO pela TELEFÓNICA. *** Von TELEFÓNICA als UNTERNEHMENSINTERN eingestuft.

2027. Nos últimos meses, também realizou o Summer Job para 22 estudantes de faculdades nacionais e internacionais.

Os avanços também se traduzem em reconhecimentos externos. A Vivo figura no Top 10 do Merco Talento, ocupa a primeira posição entre as grandes empresas e no setor de telecomunicações no ranking Ethos de Diversidade, Equidade e Inclusão e, pelo sexto ano consecutivo, está entre as dez melhores empresas para trabalhar na categoria Gigantes do *Great Place to Work* (GPTW). A companhia ainda foi eleita a melhor empresa de TI & Telecom pelo Valor 1000 e recebeu, pelo segundo ano consecutivo, o reconhecimento de Programa de Compliance do Ano no *Leaders League Compliance Summit & Awards Brazil.*

*** Clasificado CORPORATIVO por TELEFÓNICA. *** Classified CORPORATE by TELEFÓNICA.
*** Classificado como CORPORATIVO pela TELEFÓNICA. *** Von TELEFÓNICA als UNTERNEHMENSINTERN eingestuft.