



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES
Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos

OFÍCIO Nº 12889/2025/MCOM

Brasília, na data da assinatura.

A Sua Excelência o Senhor
Deputado **CARLOS VERAS**
Primeiro-Secretário
Mesa Diretora da Câmara dos Deputados
Palácio do Congresso Nacional - Praça dos Três Poderes
CEP 70160-900 - Brasília/DF

Assunto: Resposta ao Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 20, de 2025 - Requerimento de Informação (RIC) nº 339/2025.

Senhor Primeiro-Secretário,

1. Ao cumprimentá-lo, cordialmente, faço referência ao Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 20, pelo qual V. Exa. encaminha a este Ministério das Comunicações (MCom) cópia do Requerimento de Informação (RIC) nº 339/2025, de autoria da Deputada Federal Adriana Ventura (NOVO/SP), que requer desta Pasta " informações sobre os gastos dos Correios com patrocínios em meio à crise financeira da estatal".
2. Em atendimento ao expediente referenciado, encaminho o OFÍCIO Nº 56175212/2025 - GRIN-DERIN, da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, que fornece informações e esclarecimentos pertinentes ao mencionado RIC.
3. Permaneço à disposição para eventuais esclarecimentos adicionais que se fizerem necessários.

Atenciosamente,

SÔNIA FAUSTINO MENDES
Ministra de Estado das Comunicações Substituta



Documento assinado eletronicamente por **Sônia Faustino Mendes, Ministra de Estado das Comunicações substituta**, em 17/04/2025, às 12:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mcom.gov.br/sei/verifica>, informando o código verificador **12498292** e o código CRC **CCCC1DA9**.

Anexo:

- OFÍCIO Nº 56175212/2025 - GRIN-DERIN (12407217).



EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS
Gerência de Relacionamento Institucional - GRIN/DERIN

OFÍCIO Nº 56175212/2025 - GRIN-DERIN

Brasília, 14 de março de 2025.

À Senhora

SÔNIA FAUSTINO MENDES

Secretária-Executiva

Ministério das Comunicações

Esplanada dos Ministérios - Bloco R, 8º Andar

70044-902 - Brasília - DF

Assunto: Requerimento de Informação nº 339/2025.

Referência: Processo nº 53180.009582/2025-41

Senhora Secretária-Executiva,

1. Em resposta aos termos do Ofício nº 5053/2025/MCOM, que trata do Requerimento de Informação nº 339/2025, de autoria da deputada Adriana Ventura (NOVO/SP), que "*Requer informações ao Ministro de Estado das Comunicações, Juscelino Filho, sobre os gastos dos Correios com patrocínios em meio à crise financeira da estatal*", a seguir apresentamos posicionamento aos questionamentos apresentados pela referida parlamentar:

1. Qual é a real situação financeira dos Correios em 2024? A empresa já elaborou algum plano de recuperação financeira para evitar a insolvência?

4. Diante do prejuízo registrado e do risco de insolvência, quais medidas estão sendo adotadas para revisar ou reduzir esses gastos?

As Demonstrações Contábeis dos Correios estão divulgadas no site dos Correios: <https://www.correios.com.br/aceso-a-informacao/institucional/publicacoes/demonstracoes-financeiras>, além disso, conforme [Manual Técnico do Programa de Dispendios Globais \(MT PDG\)](#) e o [Decreto 12.302/2024](#), os Correios (empresa estatal federal não dependente), apresentam mensalmente as informações relativas ao Plano de Dispendios Globais - PDG. Tais informações são encaminhadas diretamente à Secretaria de Coordenação e Governança das Empresas Estatais - SEST, até o dia 20 do mês subsequente ao de referência.

Embora as informações contábeis divulgadas até o momento sejam parciais – e o resultado contábil líquido de 2024 somente poderá ser apurado após o fechamento das Demonstrações Contábeis, nos próximos meses – é possível destacar que entre os fatores conjunturais e estruturais que afetam o desempenho da empresa:

I - O segmento de mensagens (que inclui as cartas tradicionais) teve queda de movimentação, acompanhando uma tendência mundial;

II - Os Correios operam em regime de monopólio para determinados produtos e serviços, cujas tarifas são reajustadas anualmente com base no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), esse ajuste necessário tem se mostrado insuficiente para cobrir os custos operacionais, especialmente devido à capilaridade

nacional da empresa e a universalização, com entregas em todas as regiões do Brasil, muitas vezes a custos elevados;

III - A inflação, apesar de ser um parâmetro importante, não reflete os aumentos contínuos nos insumos logísticos, na manutenção da infraestrutura e nas demandas de vasta expansão de serviços para todas as regiões do Brasil. A empresa enfrenta uma concorrência desleal no setor logístico, em que muitas das práticas adotadas por empresas privadas concorrentes comprometem a qualidade dos serviços prestados, além de ameaçar os direitos dos trabalhadores e a segurança das operações. Enquanto os Correios operam dentro de padrões rigorosos de *compliance* e responsabilidade social, oferecendo aos seus empregados vínculo empregatício, assistência médica, garantias trabalhistas e condições seguras de trabalho, boa parte dos concorrentes utiliza mão de obra precária, onde trabalhadores frequentemente registrados como Pessoas Jurídicas recebem por entrega e executam triagens improvisadas em vias públicas ou veículos particulares, sem qualquer amparo trabalhista ou proteção adequada. Além disso, os Correios têm a responsabilidade plena pela entrega das encomendas, zelando pela segurança e rastreabilidade de cada objeto, com as operações realizadas em centros de triagem especializados e sistemas de segurança em caso de extravio ou dano. Esses altos padrões de qualidade e segurança, porém, resultam em custos operacionais elevados que limitam a flexibilidade para competir em preços com empresas que atuam sob custos muito inferiores;

IV - Eventos não recorrentes, tais como contingências e precatórios oriundos de anos anteriores;

V - Impacto nas contas dos Correios, relativo às importações: O segmento de encomendas internacionais dos Correios foi impactado negativamente, registrando uma redução substancial em sua participação no mercado. Até dezembro de 2023, a empresa detinha 98,7% desse segmento, no entanto, essa participação declinou para 92,8% em agosto de 2024 e para 85,4% em setembro do mesmo ano. Tal cenário acarretou uma frustração de receita nas vendas internacionais, ficando abaixo das projeções estabelecidas para 2024;

VI - Empresas privadas do segmento de logística não atuam em regiões remotas e localidades de menor porte porque tais operações não geram lucro. Tal ação – a universalização dos serviços postais – gera aos Correios um custo anual de R\$ 5,5 bilhões.

Os Correios, enquanto empresa pública não dependente do Tesouro Nacional, desempenham um papel essencial no desenvolvimento econômico, social e cultural do Brasil. Com atuação presente em todos os 5.570 municípios do país, a empresa possui estrutura que inclui mais de 86 mil empregados, 10.473 unidades de atendimento e uma frota de 27 mil veículos.

A estatal enfrenta desafios, incluindo a universalização dos serviços postais, a insuficiência de reajustes tarifários, a concorrência desleal e a necessidade de investimentos estratégicos para modernização. Com o objetivo de superar essas adversidades, foi estruturado um conjunto de medidas que integram um plano abrangente de reposicionamento estratégico para os próximos exercícios.

A universalização dos serviços postais diz respeito à garantia de acesso a um conjunto de serviços postais, verificando a necessidade de preços acessíveis e níveis definidos de qualidade na prestação desses serviços. São observadas os seguintes requisitos: escopo geográfico, garantia de acesso, definição de portfólio de serviços, preços/tarifas, qualidade do serviço e proteção ao usuário. O Estado Brasileiro, responsável pela obrigação de prestação do serviço postal universal, delega aos Correios o papel de cumprimento dessa responsabilidade. Para a consecução de sua função social, os Correios cumprem as diretrizes que norteiam a universalização do atendimento e da entrega postais e os índices padrões de qualidade para os prazos de entrega dos objetos do serviço postal básico, consignado na Portaria nº 15.441/2024 do Ministério das Comunicações.

Entre os anos de 2022 e de 2024, foram apurados os seguintes resultados relativos aos custos da universalização dos serviços postais:

Ano	Custo Líquido Serviço Universal (R\$ bilhões)	Imunidade Tributária (R\$ bilhões)	Diferença (R\$ bilhões)
2022	5,4	2,1	3,3
2023	5,5	1,8	3,7
2024*	5,5	1,8	3,7

*Estimativa de valor total até o final do exercício de 2024.

Assim, tomando como referência o ano de 2023 e a ótica de gasto total, cerca de 84% das unidades são consideradas deficitárias, garantindo o caráter universal de que todas e todos tenham acesso ao serviço postal em cada um dos 5.570 municípios, com tarifas justas.

Plano de recuperação e medidas adotadas

Os Correios possuem projetos em andamento vinculados ao Plano Estratégico dos Correios para o ciclo 2025/2029, acompanhados periodicamente pela Administração, que viabilizarão a geração de caixa para suportar os seus compromissos de modo a garantir a continuidade das suas operações.

No mercado de livre concorrência, considerando o crescimento do e-commerce, há importantes projetos relacionados que estão sendo implementados e visam tornar os Correios um player estratégico com finalidade de garantir as atuais receitas e, da mesma forma, proporcionar novos incrementos nos resultados desse segmento. Projetos de parcerias estratégicas para diversificação das fontes de receita, exemplo do que fizeram os grandes correios do mundo, fortalece a posição dos Correios em diversos setores, solidificando ainda mais seu papel como agente estratégico para o desenvolvimento nacional. Também é importante referenciar o planejamento da implementação da nova plataforma digital de vendas que busca a fidelização dos clientes, a exploração e ampliação de novos produtos e negócios, aumento das receitas e a aderência do crescimento em logística às taxas do mercado. São ações essenciais para agregar valor, contribuir para a experiência do cliente e rentabilidade da Empresa.

Nas ações direcionadas ao Governo, convém dar ênfase à promulgação da Lei nº 14.744/2023, regulamentada pelo Decreto nº 12.124/2024 em julho de 2024, que tornou os Correios uma empresa preferencial para a contratação pelos órgãos públicos federais da administração direta e indireta. A par desses dispositivos legais, projeta-se crescimento nas receitas oriundas dessas parcerias governamentais. Na mesma medida, há fortalecimento da imagem institucional dos Correios como principal parceiro logístico do Estado garantindo a execução de políticas públicas diversas e acesso à cidadania. Ademais, a consolidação da identidade tributária dos Correios como entidade imune no texto constitucional, conforme § 2º, inciso VI do artigo 150 da Constituição Federal/88, implicará na desoneração e desburocratização para a Empresa, além de redução de custos com o cumprimento de diversas obrigações acessórias.

Está em andamento a captação de recursos externos de longo prazo com o intuito de financiar projetos de modernização dos Correios, atrelados à agenda ASG (ambiental, social e governança), eletromobilidade na última milha (veículos descarbonizados e bicicletas elétricas que são economicamente vantajosos, com menor custo de manutenção e combustíveis), infraestrutura eficiente (construção de centros e usinas fotovoltaicas, modernização das agências, para modernizar a infraestrutura para ampliar a capacidade produtiva, reduzir custos e gerar energia limpa), modernização operacional e tecnológica (máquinas de triagem e atualização da plataforma tecnológica, com o objetivo de melhorar a eficiência operacional por meio do aumento da capacidade de triagem automática e investimentos em modernização tecnológica, tornando a empresa mais competitiva no mercado), e compensação gradual das emissões de carbono, visando tornar os Correios carbono neutro e sustentando sua nova trajetória de crescimento sustentável.

Além do mais, para a consecução de sua função social, a empresa cumpre as diretrizes que norteiam a universalização do atendimento e da entrega postal e os índices padrões de qualidade para os prazos de entrega dos objetos do serviço postal básico, consignados nas Portarias nº 2.729/2021 e nº 13.692/2024 do Ministério das Comunicações.

Na área de gestão de pessoas são empreendidas ações e projetos, garantindo que todos os esforços estejam direcionados ao alcance dos resultados esperados pela empresa. Dentre elas, destacamos:

- Continuidade da implantação do Programa de Desligamento Voluntário - PDV, com a finalidade de proporcionar aos empregados elegíveis uma oportunidade de transição de carreira e nova etapa de vida, contribuir para a melhor distribuição da força de trabalho, bem como medida de enfrentamento e reequilíbrio da situação econômico-financeira dos Correios, além de contribuir com a readequação e renovação da força de trabalho diante das mudanças dos processos de melhoria em curso;
- Equalização da força de trabalho de forma ágil, contínua, transparente e isonômica, conforme análise das necessidades identificadas nas áreas, em consonância ao Planejamento Estratégico vigente;
- Após a finalização do PDV, efetivar a contratação dos empregados aprovados no concurso público nacional, conforme análise da necessidade das áreas, em alinhamento à estratégia da Empresa, com o propósito de renovar o corpo funcional de forma a impulsionar a inovação e o fortalecimento dos Correios; e
- Criação de novos planos de saúde, por meio da operadora Postal Saúde, com o objetivo de ofertar plano com formação de preço pré-estabelecido para empregados, ex-empregados (aposentados e demitidos sem justa causa) seus respectivos dependentes e para parentes até o 4º grau de parentesco e 2º grau de afinidade, com redução nos custos administrativos para os Correios e custos assistenciais, devido à possibilidade de migração dos aposentados.

Além disso, em alinhamento às práticas de trabalho decente (gestão humanizada), foi aprovado o Projeto Estratégico Diversidade e Bem-estar no ambiente de trabalho, o qual busca transformar o ambiente de trabalho, tornando-o mais inclusivo e saudável, onde a diversidade seja valorizada e o bem-estar das pessoas priorizado. Este projeto salienta a preocupação da empresa com o trabalho decente, propiciando condições justas de trabalho, a proteção social, o respeito aos direitos fundamentais e a promoção de um diálogo social efetivo.

2. Apresente a relação de investimentos feitos pelos Correios de 2022 a 2024, ano a ano, apontando se a origem dos recursos para tais investimentos derivou de endividamento ou de reservas em caixa.

Em relação aos anos de 2022 e 2023, o histórico de investimentos consta do Relatório da Administração dos Correios, publicado no link <https://www.correios.com.br/aceso-a-informacao/institucional/publicacoes/relatorios/relatorio-de-administracao/arquivo/relatorio-da-administracao-exercicio-2023.pdf>. Acerca dos investimentos realizados em 2024, estes serão divulgados quando da aprovação, pelos colegiados da empresa, das contas dos administradores dos Correios e das demonstrações contábeis, relativas ao exercício de 2024.

Cabe frisar, que em 2022, para a execução dos investimentos, os Correios formalizaram a contratação de operação de crédito de curto prazo, no montante de R\$ 500 milhões. Até dezembro de 2022, foram pagas cinco parcelas dessa operação, remanescendo a última parcela para janeiro de 2023.

Para os exercícios de 2023 e 2024 o investimentos realizados foram com a utilização de capital próprio.

3. Aponte o valor havido em reservas ao fim de 2022 e o existente no final de 2024.

As informações econômico-financeiras dos Correios, estão disponíveis nos links a seguir:

<https://www.correios.com.br/aceso-a-informacao/institucional/publicacoes/demonstracoes-financeiras/2022/demonstracoes-contabeis-2013-2022>

https://www.correios.com.br/aceso-a-informacao/institucional/publicacoes/demonstracoes-financeiras/2024/demonstracoes_contabeis_correios_3t2024.pdf

5. Quais foram os critérios utilizados para aprovar os patrocínios mencionados, especialmente o aporte de R\$ 600 mil na Feira do Livro de Bogotá e R\$ 400 mil na Bienal do Livro de São Paulo?

Empresas que atuam em mercados concorrenciais, tanto no Brasil quanto no exterior, investem regularmente em patrocínio e publicidade como estratégia para fortalecer suas marcas e ampliar sua participação no mercado. Os Correios, inseridos no segmento concorrencial de logística e encomendas, não são exceção. No período de 2019 a 2022, houve cortes significativos nessas ações, o que reduziu a visibilidade da marca o que pode ter impactado negativamente a receita da estatal, devido à perda de clientes. Desde 2023, a empresa tem trabalhado para reverter esse cenário por meio da reconstrução de sua imagem, da formação de parcerias estratégicas e do investimento em novos produtos e serviços para expansão de mercado.

A área de patrocínios dos Correios adota uma metodologia rigorosa para mensuração dos resultados das ações, considerando fatores como público alcançado, meios de divulgação, visibilidade da marca, contrapartidas oferecidas, qualidade do projeto e retorno de mídia, entre outros. A participação da estatal na 36ª Feira Internacional do Livro de Bogotá (Filbo) foi avaliada como "Satisfatória", demonstrando o êxito da iniciativa. O patrocínio contribuiu para reforçar a imagem dos Correios como uma instituição pública confiável e próxima da sociedade, representando o Brasil e valores como responsabilidade socioambiental e compromisso com a qualidade dos serviços prestados. Além disso, destacou a atuação da empresa como parceira estratégica em eventos culturais de relevância internacional.

O Brasil figurou como convidado de honra do evento, tendo contado com o Pavilhão Brasil onde estavam presentes outras empresas estatais brasileira. Além da agenda institucional no contexto do Pavilhão Brasil, vislumbrou-se a participação como oportunidade de negociação, já que Correios tem investido no ramo da logística e no Brasil é responsável há 25 anos pela megaoperação do Programa Nacional do Livro Didático do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE).

Conforme divulgado na página oficial dos Correios, a participação no evento possibilitou à empresa apresentar suas iniciativas de sustentabilidade por meio de palestras e ampliar a divulgação da marca no cenário internacional. A estatal tem como compromisso a preservação de sua imagem institucional e a construção de uma reputação positiva, buscando constantemente a sustentabilidade empresarial. Durante a realização do projeto, circularam de pelo evento mais de 300 mil pessoas.

Os Correios do Brasil desempenham um papel de destaque no setor postal da região das Américas e do Caribe. Por essa razão, mantêm um relacionamento estreito com os operadores postais de países vizinhos, incluindo os Correios da Colômbia, colaborando ativamente em discussões sobre a transformação do setor postal, principalmente nos campos da digitalização e do comércio eletrônico. A empresa também investe na construção de parcerias regionais e no fortalecimento dos laços culturais entre Brasil e Colômbia.

Quanto à Bienal do Livro de São Paulo, a empresa visou agregar valor à sua marca gerando, com isso, retorno institucional. Por meio das ações realizadas no evento, buscou ampliar o alcance e visibilidade de marca, posicionando os Correios como empresa concorrencial e sustentável, que possui importante papel de integração e inclusão de todos os brasileiros, por meio de sua ampla presença no território nacional e de seu amplo portfólio de produtos e serviços.

Ressaltamos que as ações de patrocínio são singulares e vinculadas a cotas de participação distintas. O valor do patrocínio é definido com base em metodologia de precificação estabelecida pela Instrução Normativa nº 2/2019 da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), e a participação dos Correios é negociada de forma a maximizar os resultados, sempre pautada pelos princípios da eficiência e economicidade.

6. Qual foi o montante total gasto pelos Correios com patrocínios nos anos de 2022, 2023 e 2024? Favor discriminar os valores por evento e por ano.

Em nome do princípio constitucional da transparência, os Correios mantêm em seu site na internet, um repositório específico destinado ao compartilhamento de informações com a sociedade.

No repositório, além do nome do projeto, identificação do patrocinado e valor do investimento - informações de transparência mínima exigida pelo artigo 23, §1º, da Instrução Normativa nº 2/2019 - SECOM - é possível obter ainda as seguintes informações: número do contrato, ano do contrato, razão social da entidade patrocinada, forma de captação, área do patrocínio, segmento do

patrocínio, datas de início e final da vigência contratual e a justificativa da participação dos Correios no projeto.

As informações solicitadas, referentes aos contratos de patrocínio firmados nos anos de 2022, 2023 e 2024, podem ser acessadas pelo link: <https://www.correios.com.br/aceso-a-informacao/receitas-e-despesas/patrocinius>.

7. Qual o critério adotado pelos Correios para a seleção dos eventos patrocinados? Existem diretrizes formais que norteiam essas decisões? Individualize a resposta para cada item relacionado na resposta anterior.

As diretrizes formais estão registradas no Manual de Comunicação dos Correios, o qual está em consonância às exigências da Instrução Normativa nº 2/2019 da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM). Assim, os projetos patrocinados pelos Correios devem observar as diretivas definidas normativamente pelos Correios e se vincularem à identidade corporativa, à orientação estratégica e aos objetivos de comunicação dos Correios visando agregar valor à marca e aos negócios da empresa.

Os projetos devem visar ao fortalecimento da identidade corporativa, da imagem institucional, dos pilares da marca Correios e de seu posicionamento, devendo ainda promover a visibilidade e o reconhecimento dos Correios como patrocinador junto aos públicos e segmentos de seu interesse, além de potencializar a geração de negócios, promover e fortalecer a relação da empresa com públicos estratégicos, bem como fidelizar clientes.

Os projetos devem priorizar:

a) a eficiência e a racionalidade na aplicação de recursos públicos por meio do uso de metodologia de precificação e de indicadores de resultados da ação de comunicação via patrocínio;

b) a promoção de novas práticas e inovações tecnológicas nas áreas de interesse e de atuação dos Correios, com foco no crescimento e sustentabilidade empresarial;

c) a cultura e o artista brasileiros, o intercâmbio cultural, a itinerância dos projetos patrocinados, a preservação da memória, a experimentação de linguagens artísticas e as atividades educacionais complementares.

Quando possível, os projetos devem ainda:

a) promover a inclusão social e contribuir para a formação da cidadania plena por meio do apoio à educação e da promoção da escrita e da leitura;

b) democratizar o acesso a qualquer cidadão;

c) contribuir para o desenvolvimento sociocultural e/ou educacional do público atingido e reforçar a brasilidade;

d) priorizar projetos que posicionem os Correios como empresa cidadã, socialmente responsável, compromissada com o desenvolvimento das futuras gerações e com a melhoria da qualidade de vida da sociedade;

e) ser realizadas nas unidades culturais dos Correios.

A participação dos Correios em cada um dos projetos dos anos de 2022, 2023 e 2024 observou essas diretivas, tendo sido justificada de forma discriminada nos termos de repositório disponível na internet, acessível pelo link: <https://www.correios.com.br/aceso-a-informacao/receitas-e-despesas/patrocinius>.

8. Quais os retornos financeiros e institucionais esperados com os patrocínios realizados nos últimos três anos? Existem relatórios de impacto e de avaliação de resultados?

Os objetivos de participação esperados para cada projeto patrocinado encontram-se devidamente publicados na transparência pública, por meio do link: <https://www.correios.com.br/aceso-a-informacao/receitas-e-despesas/patrocinius/patrocinius>.

No que tange a verificação retorno apurado, esclarece-se que os Correios adotam o relatório específico, em que são verificados todos os itens pertinentes a ação, tais como: público, material e pontos de divulgação, visibilidade e aplicação da marca, cumprimento de contrapartidas, qualidade do projeto, dentre outros. Ao final é atribuída uma nota que habilita ou não o proponente para novas concessões de patrocínio, de acordo com normas específicas da empresa, regulamentadas conforme definido pelo Manual de Comunicação.

A metodologia de avaliação de resultados dos patrocínios é utilizada para avaliar dos resultados dos projetos patrocinados e contempla um conjunto de quesitos (quantitativos e qualitativos) que possibilitam demonstrar os resultados (em forma de pontuação) de cada ação de patrocínio, independentemente do segmento de atuação, de forma objetiva. A metodologia de avaliação vigente foi uma das melhorias implantadas face às oportunidades de melhorias determinadas pelo Tribunal de Contas de União (TCU) e pela Controladoria Geral da União (CGU).

A metodologia de avaliação de resultados dos projetos patrocinados pelos Correios, implantada a partir de 02/08/2021, baseou-se nas orientações contidas no Artigo 28, da Instrução Normativa SECOM-PR nº 02/2019, a qual substituiu a IN SECOM-PR nº 9/2014. Em 2023, nos termos do Ofício 3181/2023-TCU/Seproc, o Tribunal de Contas da União - TCU comunicou aos Correios a prolação do Acórdão nº 139/2023 - TCU-Plenário, relacionado ao monitoramento do Acórdão 2.768/2018-TCU-Plenário, com os ajustes do Acórdão 978/2019-TCU-Plenário.

A avaliação de resultados serve ainda como parâmetro para concessão de novos patrocínios ao projeto e/ou proponente, sendo um dos quesitos pontuados para definição de aporte de patrocínio por meio da Metodologia de Precificação de Projetos. A norma vigente visa garantir que somente será concedido novo patrocínio a projetos e proponentes que não estiverem em situação irregular ou inadimplentes com a realização e/ou prestação de contas de outros patrocínios concedidos pelos Correios ou por outras entidades públicas, conforme consignado em manual interno da empresa - MANCOM 12/3 - anexo 2, subitem 2.1, alínea "g", abaixo transcrito:

g) garantir que somente será concedido novo patrocínio a projetos e proponentes que não estiverem em situação irregular ou inadimplentes com a realização e/ou prestação de contas de outros patrocínios concedidos pelos Correios ou por outras entidades públicas.

NOTA 1: ao proponente será requerida declaração confirmando que cumpriu os procedimentos exigidos na prestação de contas de patrocínios anteriores.

NOTA 2: somente poderão receber novo patrocínio os projetos e proponentes cujo resultado da avaliação atingir ou superar menção "satisfatória", conforme MANCOM 12/ 4, Anexo 5.

NOTA 3: o projeto e/ou proponente que não atingirem a média acima estipulada, para efeito de resultado do patrocínio, somente poderão receber novo patrocínio após 5 (cinco) anos.

Do ponto de vista teórico, destaca-se que o Mix de Marketing, ou os *4 Ps do marketing*, representam os quatro pilares básicos de qualquer estratégia de marketing: Produto, Preço, Praça e Promoção. De acordo com esse conceito, o equilíbrio desses elementos é o que possibilita o sucesso de uma marca.

Com base no exposto, esclarecemos que a comunicação não se restringe exclusivamente ao patrocínio, sendo este apenas uma das diversas ferramentas disponíveis no "P" da promoção e não sendo responsável de forma única e direta pela geração de negócios. O mix de marketing é essencial para criar estratégias que visam agregar valor a um produto ou serviço perante os consumidores. Além disso, é determinante para o sucesso disponibilizá-lo de forma adequada e divulgá-lo de modo a criar desejo nas pessoas, encantar consumidores e/ou manter uma base de clientes. Considerando as informações supracitadas, podemos concluir que a mensuração de resultados restaria prejudicada se baseada apenas no alcance de uma das ferramentas disponíveis no "P" de Promoção.

Por fim, mas não menos importante, destacamos ainda o §3º do artigo 27 da Lei 13.303/2016, que prevê que *"a empresa pública e a sociedade de economia mista poderão celebrar convênio ou contrato de patrocínio com pessoa física ou com pessoa jurídica para promoção de atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais e de inovação tecnológica, desde que comprovadamente vinculadas ao fortalecimento de sua marca, observando-se, no que couber, as normas de licitação e*

contratos desta Lei". Cabe destacar que tal parágrafo vincula a realização de patrocínios diretamente ao fortalecimento da marca e não diretamente à geração de receita.

9. Há previsão de novos patrocínios para eventos no Brasil e no exterior em 2025 e 2026? Se sim, quais são os valores estimados e os critérios de seleção?

O planejamento de comunicação para o ano de 2025, documento em que se encontrarão os patrocínios previstos para contratação durante todo o ano, ainda está em processo de reavaliação pela Diretoria Executiva dos Correios e o planejamento de 2026 somente começará a ser elaborado no segundo semestre do ano de 2025.

10. Houve consulta aos órgãos de controle ou ao Ministério das Comunicações sobre a pertinência desses patrocínios diante da crise financeira da estatal?

A decisão de patrocinar é de competência exclusiva dos Correios, sendo exercida conforme a estratégia de comunicação da empresa, sempre em observância aos princípios constitucionais e administrativos, conforme regramento previsto nos normativos internos da empresa. De todo modo, o Ministério das Comunicações como órgão supervisor, possui livre acesso a todas as unidades e processos dos Correios para o exercício direto e indireto de suas competências.

11. Os patrocínios realizados pelos Correios passaram por análise do Tribunal de Contas da União (TCU)? Se sim, quais foram as conclusões?

O Tribunal de Contas da União já analisou as contratações de patrocínio realizadas pelos Correios, tendo consignado recomendações por meio dos Acórdão 2.768/2018-TCU-Plenário, com os ajustes do Acórdão 978/2019-TCU-Plenário, cujas conclusões se encontram disponíveis para pesquisa na página oficial do Tribunal na *Internet*. As recomendações analisadas e incorporadas pela empresa resultaram no aprimoramento do processo interno e o conduziram ao atual nível de maturidade, sem que tenha havido novas recomendações por parte daquela Corte.

Todas as determinações provenientes do Acórdão 2.768/2018-TCU-Plenário, com os ajustes do Acórdão 978/2019-TCU-Plenário, encontram-se cumpridas conforme consignado nos Acórdãos 362/2021-TCU-Plenário e 139/2023 -TCU-Plenário, não havendo quaisquer recomendações ou determinações afetas ao tema pendentes junto aos órgão de controle.

2. Permanecemos à disposição para prestar quaisquer esclarecimentos.

Respeitosamente,

JANETE RIBAS DE AGUIAR

Chefe de Gabinete da Presidência

Assinado por Delegação de Competência, de acordo com a PRT/PRESI - 210/2024 (SEI nº 53160249)



Documento assinado eletronicamente por **Janete Ribas de Aguiar, Chefe de Gabinete da Presidência**, em 14/03/2025, às 12:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.correios.com.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **56175212** e o código CRC **6244259E**.

