



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES
Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos

OFÍCIO Nº 19560/2025/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 147, de 2025 - Requerimento de Informação (RIC) nº 1135/2025.

Senhor Primeiro-Secretário,

1. Ao cumprimentá-lo, cordialmente, faço referência ao Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 147, pelo qual V. Exa. encaminha a este Ministério das Comunicações (MCom) cópia do Requerimento de Informação (RIC) nº 1135/2025, de autoria do Deputado Federal Gustavo Gayer (PL/GO), que requer desta Pasta informações sobre o patrocínio, pela Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – ECT, à turnê do cantor Gilberto Gil.
2. Em atendimento ao expediente referenciado, encaminho o Ofício nº 57734061/2025-GRINDERIN (12622323), da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos - ECT, vinculada a este Ministério, que fornece informações e esclarecimentos pertinentes ao mencionado RIC.
3. Permaneço à disposição para eventuais esclarecimentos adicionais que se fizerem necessários.

Atenciosamente,

FREDERICO DE SIQUEIRA FILHO
Ministro de Estado das Comunicações



Documento assinado eletronicamente por **Frederico de Siqueira Filho, Ministro de Estado das Comunicações**, em 18/06/2025, às 17:38, 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 **12661075** e o código CRC **A89B5796**.

Anexo:

- Ofício nº 57734061/2025-GRIN-DERIN (12622323).

Referência: Processo nº 53115.009288/2025-13

Documento nº 12661075



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

OFÍCIO Nº 57734061/2025 - GRIN-DERIN

Brasília, 21 de maio 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 - RIC nº 1135/2025.

Referência: Processo nº 53180.017429/2025-98

Senhora Secretária-Executiva,

1. Em resposta aos termos do Requerimento de Informação - RIC nº 1135/2025 (SEI nº 57014413), de autoria do deputado Gustavo Gayer (PL/GO), cuja ementa "*Solicita informações ao Sr. Ministro das Comunicações, a respeito da notícia que mesmo em meio a uma grave crise financeira, a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos - Correios, irá investir R\$ 4 milhões para patrocinar a nova turnê do cantor Gilberto Gil*", a seguir apresentamos posicionamento aos questionamentos do referido parlamentar:

1. O Ministério das Comunicações e os correios consideram apropriado que, em meio à grave crise financeira que a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (Correios) está enfrentando, com um prejuízo de R\$ 2,2 bilhões projetado para 2025, a empresa tenha investido R\$ 4 milhões no patrocínio da nova turnê do cantor Gilberto Gil? Qual a lógica destes gastos em relação ao retorno financeiro?

O contrato de patrocínio GILBERTO GIL - TEMPO REI foi celebrado em julho de 2024, há mais de nove meses, e a participação dos Correios foi negociada de forma a maximizar os resultados, sempre pautada pelos princípios da eficiência e economicidade. A título de conhecimento, informamos que os Correios, em nome do princípio constitucional da transparência e sempre primando pela transparência de seus atos, mantêm em seu site na internet repositório específico, destinado ao compartilhamento de informações com a sociedade. Dessa forma, destaca-se que todas as informações de caráter público, conforme prevê o artigo 23 da Instrução Normativa nº 2/2019 - SECOM/PR e a Lei 12.527/2011 (Lei de Acesso à Informação - LAI), encontram-se disponíveis em nossa página da internet, tendo a empresa recentemente obtido Selo de Qualidade de Transparência Pública, alcançando o índice de transparência Ouro, conforme Acórdão nº 425/2025 – TCU – Plenário. Dessa forma, registra-se que as informações referentes aos contratos de patrocínio estão disponíveis pelo link: <https://www.correios.com.br/acesso-a-informacao/receitas-e-despesas/patrocínios/patrocínios>.

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. A empresa já passou por momentos em que houve cortes significativos nessas ações de comunicação, o que reduziu a visibilidade da marca e impactou negativamente a receita da estatal, devido à perda de clientes. Entretanto, 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.

O projeto GILBERTO GIL - TEMPO REI Última Turnê se enquadrou nos focos e critérios definidos nas Diretivas de Patrocínio dos Correios, por ser uma ação que visa ao fortalecimento da imagem dos Correios, a identidade corporativa e os pilares da marca Correios, em especial, ao pilar "Brasilidade e Inclusão", considerando que sua missão é promover a integração nacional, contribuindo com o Governo no desenvolvimento socioeconômico, conectando pessoas, instituições e negócios. A referida diretiva de patrocínio dos Correios contempla ações que priorizam *"a cultura e o artista brasileiro, o intercâmbio cultural, a itinerância dos projetos patrocinados, a preservação da memória, a experimentação de linguagens artísticas e as atividades educacionais complementares"*.

Dessa forma, o supracitado projeto possuiu a devida consonância à estratégia e aos objetivos traçados pela empresa nas ações de comunicação, considerando ainda que o projeto contribui para posicionar os Correios como uma empresa que apoia a cultura, e que está focada nos aspectos econômico, social e ambiental junto ao público de interesse. Levando-se em conta que o evento atrai relevante mídia espontânea, o qual reverbera em diversos veículos de comunicação de alta audiência, ponderou-se esse grande alcance da marca Correios, reforçando a imagem e divulgando o posicionamento da empresa, bem como o impacto no público nacional e internacional, com a expectativa de participação de mais de 600 mil pessoas.

Acrescentamos que 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 aspectos, que serão plenamente verificados ao final do projeto.

2. Como o Ministério e os correios justificam a priorização de investimentos em um patrocínio cultural enquanto os Correios enfrentam dificuldades financeiras severas, Incluindo o não pagamento de transportadores terceirizados e a suspensão de atendimentos médicos para os seus funcionários? Como a pasta irá resolver estas dívidas que afetam vários trabalhadores?

A comunicação é um instrumento necessário para fortalecer o posicionamento estratégico de uma organização, tendo como objetivo ampliar a visibilidade de sua marca, divulgação de seu portfólio de produtos e serviços, angariar novos consumidores e mitigar a concorrência, buscando auxiliar o atingimento dos objetivos estratégicos, de negócios e a geração de receita e lucro da organização.

Nos últimos anos, a receita dos Correios passou a advir preponderantemente de um ambiente concorrencial em que atuam empresas com forte posicionamento de mercado e altos investimentos em comunicação, e as ações de comunicação realizadas pela empresa se unem aos demais "P" do *marketing* (produto, preço e praça) para compor uma estratégia que permita à organização se diferenciar de seus concorrentes e alcançar seus objetivos estratégicos.

A título de análise de investimento apenas em publicidade realizado no mercado nacional por outros operadores, em especial os *marketplaces*, depara-se com os seguintes valores em 2020: R\$606,59 milhões para a Via Varejo, R\$498,61 milhões para a B2W (Americanas), R\$469,95 milhões para a Amazon e R\$455,27 milhões para o Mercado Livre (fonte: dados da Monitor Evolution, da Kantar Ibope).

Nesse ambiente, os patrocínios, nos termos da Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021, são instrumentos que visam agregar valor à marca, consolidar posicionamento, gerar identificação e reconhecimento, estreitar relacionamento com públicos de interesse, ampliar venda de produtos e serviços, divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação da imagem do órgão ou entidade do Poder Executivo federal, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros.

Os Correios encontram-se em processo de transformação estrutural com vistas a reposicionar-se como um *player* estratégico no setor de logística. Essa transformação busca ampliar a atuação da Empresa, modernizar suas operações e diversificar suas fontes de receitas. O objetivo central é assegurar a sustentabilidade organizacional, intensificar os impactos sociais positivos, aprimorar a qualidade dos serviços prestados à sociedade e reforçar a integração com a população brasileira, conectando cidadãos e cidadãos em todas as regiões do país, conforme suas necessidades.

Entre os anos de 2019 e 2022, os Correios enfrentaram um período de restrição de investimentos estruturantes, com a média anual aquém das necessidades da Empresa. Em um cenário global caracterizado pelo acelerado avanço tecnológico e pela intensificação da concorrência —

notadamente impulsionada pelo crescimento do comércio eletrônico —, a carência de investimentos comprometeu a capacidade da empresa de acompanhar as transformações do mercado. Como consequência, verificou-se uma gradual perda de relevância e de participação no segmento de encomendas e logística, evidenciando a necessidade urgente de mudanças profundas na estrutura e na estratégia da organização.

Esse contexto foi agravado por incertezas institucionais, sobretudo em decorrência do processo de inclusão da estatal no Programa Nacional de Desestatização (PND). Tal medida gerou insegurança tanto no ambiente interno quanto no externo, impactando negativamente a confiança dos clientes e inviabilizando parcerias estratégicas que poderiam ter fomentado o crescimento e a diversificação de receitas. Somam-se a isso, fatores como a retomada do varejo físico após o auge da pandemia de Covid-19, que resultou a retração de receitas excepcionais geradas pelo e-commerce, e o registro de contingências judiciais que impactaram significativamente os resultados financeiros, em especial no exercício de 2022.

Em 2023, em uma sinalização de recuperação de resultados, os Correios obtiveram um resultado 21% superior ao obtido em 2022. Paralelamente, as despesas totais da Empresa apresentaram uma redução de 2,52%, passando de R\$ 22,8 bilhões, em 2022, para R\$ 22,2 bilhões, em 2023.

No decorrer de 2024, os efeitos de conjuntura externa influenciaram na retração do segmento Internacional, na qual modificações regulatórias nas compras de produtos importados reduziram o volume de postagens, ampliaram a concorrência e, por conseguinte, diminuíram a receita desse segmento, impactando nos resultados dos Correios, influenciando na dinâmica da geração de receita, na estruturação dos gastos com custeio e investimentos, e no consumo de recursos financeiros da empresa.

Investimentos: Nos anos de 2023 e 2024, diante do forte ambiente concorrencial, exigindo rápida resposta institucional, para resguardar competitividade e evitar maior perda de participação de mercado, a empresa elevou a média anual de R\$ 447 milhões entre os anos de 2019 e 2022, para mais de R\$ 792 milhões no período de 2023 e 2024. Importante destacar que estes investimentos foram direcionados às áreas estratégicas, tais como: tecnologia, infraestrutura logística, automação e renovação da frota, ou seja, iniciativas de recuperação imediata de infraestrutura.

A empresa necessitava, em caráter emergencial, reestabelecer investimentos para atualizar sua infraestrutura operacional e fortalecer a capacidade de atender às demandas do mercado, tais iniciativas tiveram que ser realizadas mediante recursos próprios.

Ações de Curto Prazo: A atuação da alta gestão tem se pautado em dois eixos principais: o incremento da receita, por meio da diversificação de serviços e da ampliação do alcance comercial e a racionalização das despesas, com foco na eficiência, produtividade e sustentabilidade financeira. Essa estratégia visa garantir a estabilidade econômico-financeira da empresa no curto prazo e viabilizar o ciclo de maturação dos investimentos estratégicos no médio e longo prazos.

Ações de Longo Prazo: Em 2024, a Empresa enviou ao Congresso Nacional, por meio do PLN 26/24 (PLOA) de 2025, o planejamento de investimentos no montante de R\$ 1,6 bilhão para ampliação e modernização da infraestrutura de tratamento, tecnológica, de atendimento, distribuição, logística e administrativa.

Está em andamento a captação de recursos externos de longo prazo junto ao Novo Banco de Desenvolvimento (NDB), com o intuito de financiar os seguintes projetos de modernização dos Correios, atrelados à agenda ASG (ambiental, social e governança).

A operação de crédito com o NDB será fundamental para a modernização e transformação ecológica dos Correios. Os investimentos a serem realizados com os recursos provenientes do banco trarão potenciais benefícios a partir de 2026 de redução de custos, ganhos de produtividade, expansão de receitas e de novos mercados e melhoria da imagem institucional.

A iniciativa representa um marco importante na modernização dos Correios, consolidando investimentos que fortalecerão sua infraestrutura e compromisso com a sustentabilidade.

Quanto aos atendimentos médicos aos empregados, em observância às disposições da [Resolução Normativa ANS Nº 566/2022](#), esta conjuntura não prejudica o cumprimento do referido dispositivo legal, portanto está mantida a garantia de atendimento dos beneficiários da Postal Saúde, para os quais é disponibilizada a Central de Atendimento, que direciona os beneficiários ao prestador que atenderá o serviço ou procedimento demandado especificamente, na hipótese de qualquer indisponibilidade na rede.

3. Em um momento de crise tão grave, o Ministério das Comunicações e os correios consideram que os recursos públicos devem ser destinados à manutenção de serviços essenciais, como a entrega de correspondências, ou a patrocínios de eventos culturais? Qual é a avaliação do Ministério e os correios sobre a destinação de verbas públicas neste contexto?

Conforme esclarecido no questionamento 2 anterior, a comunicação realizada por meio de patrocínios é ferramenta necessária para a manutenção do posicionamento estratégico de uma organização perante os seus clientes, principalmente em ambientes com alto grau de competitividade. Nesse sentido, os patrocínios realizados se agregam às demais ações da empresa, sejam de natureza operacional ou comercial, para instrumentalizar a organização em direção aos seus objetivos estratégicos.

4. Quais ações estão sendo tomadas pelo Ministério para garantir que a gestão dos Correios reponha a confiança dos seus servidores, que enfrentam a ameaça de greve e a perda de benefícios como o plano de saúde Postal Saúde?

Inexiste qualquer iniciativa para redução ou perda de benefícios aos empregados. Os Correios, em alinhamento à legislação trabalhista, ratifica a preocupação com o trabalho decente na empresa, propiciando condições justas de trabalho, proteção social, respeito aos direitos fundamentais e a promoção de um diálogo social efetivo. Esta gestão segue corroborando o compromisso de transformar o ambiente de trabalho, tornando-o mais inclusivo e saudável, onde a diversidade seja valorizada e o bem-estar das pessoas priorizado.

5. O Ministério das Comunicações tem algum tipo de controle ou supervisão sobre as decisões financeiras dos Correios, como o patrocínio de grandes eventos culturais, especialmente em um período em que a empresa enfrenta um déficit financeiro tão alarmante?

A deliberação sobre o investimento em patrocínios competem aos Correios, mas o Ministério das Comunicações, como órgão supervisor dos Correios, possui livre acesso a todas as unidades e processos dos Correios para o exercício direto e indireto de suas competências.

6. Dado o contexto de dificuldades financeiras nos Correios, o Ministério considera que o patrocínio da turnê de Gilberto Gil é uma prioridade que atende ao interesse público, ou que o investimento poderia ser melhor direcionado para cobrir as necessidades da própria empresa e dos seus trabalhadores? Ou o patrocínio tem haver com ligação ideológica do artista, sem importar a gestão dos correios?

Nos termos das respostas anteriores, os Correios entendem que o investimento em patrocínios é necessário para instrumentalizar a empresa em direção aos seus objetivos estratégicos, juntamente com as ações operacionais, negociais e de recursos humanos da organização e, nesse sentido, afasta qualquer leitura de que o patrocínio possa ser realizado visando alinhamentos ideológicos. Esclarece-se, em tempo, que o Ministério das Comunicações, como órgão supervisor dos Correios, possui livre acesso a todas as unidades e processos dos Correios para o exercício direto e indireto de suas competências.

7. A decisão dos Correios de investir R\$ 4 milhões em um patrocínio cultural enquanto enfrentam dificuldades financeiras graves e a insatisfação dos seus servidores foi discutida com o Ministério das Comunicações antes de sua execução? Se sim, quais as justificativas apresentadas e qual a posição do Ministério sobre essa decisão?

A deliberação sobre o investimento em patrocínios competem aos Correios, mas o Ministério das Comunicações, como órgão supervisor dos Correios, possui livre acesso a todas as unidades e processos dos Correios para o exercício direto e indireto de suas competências.

8. O Ministério das Comunicações e os correios estão tomando alguma providência para corrigir a situação de falhas nos repasses do plano de saúde Postal Saúde, que resultaram no descredenciamento de hospitais e prejudicaram a saúde dos trabalhadores?

Em decorrência do cenário de enfrentamento e reequilíbrio da situação econômico-financeira dos Correios, ocorreram postergações pontuais nos repasses, a partir de dezembro/2024, à Operadora de Saúde, com a alinhamentos prévios junto àquela entidade, inclusive, acerca da progressiva regularização dos repasses.

9. Há outros exemplos de patrocínios ou investimentos semelhantes feitos pelos Correios que levantam preocupações sobre a gestão financeira da empresa, especialmente em períodos de dificuldades econômicas?

Todos os investimentos dos Correios são vinculados aos objetivos estratégicos da organização, sendo realizados com sólido fundamento orçamentário visando sempre à sustentabilidade da empresa. No momento, não há outras contratações de patrocínio planejadas para 2025.

10. Dado o impacto da crise financeira nos Correios e a insatisfação crescente dos servidores, o Ministério das Comunicações considera necessária uma revisão nos critérios de gastos e investimentos da empresa, para garantir que as necessidades operacionais e os direitos dos trabalhadores sejam priorizados?

Os Correios encontra-se em processo de transformação estrutural com vistas a reposicionar-se como um *player* estratégico no setor de logística. Essa transformação busca ampliar a atuação da Empresa, modernizar suas operações e diversificar suas fontes de receitas. O objetivo central é assegurar a sustentabilidade organizacional, intensificar os impactos sociais positivos, aprimorar a qualidade dos serviços prestados à sociedade e reforçar a integração com a população brasileira, conectando cidadãos e cidadãos em todas as regiões do país, conforme suas necessidades.

Em alinhamento à legislação trabalhista, a Empresa ratifica a preocupação com os empregados, propiciando condições justas de trabalho, proteção social, respeito aos direitos fundamentais e a promoção de um diálogo social efetivo. Esta gestão segue corroborando o compromisso de transformar o ambiente de trabalho, tornando-o mais inclusivo e saudável, onde a diversidade seja valorizada e o bem-estar das pessoas priorizado.

Permanecemos à disposição para prestar quaisquer esclarecimentos.

Respeitosamente,

GEVERSON NERY DE ALBUQUERQUE

Assessor Especial da Presidência

Assinado por Delegação de Competência, de acordo com a PRT/PRESI - 064/2025 (SEI nº 56835635)



Documento assinado eletronicamente por **Geverson Nery de Albuquerque, Assessor Especial**, em 21/05/2025, às 18:30, 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 **57734061** e o código CRC **72F2FD0E**.



SBN QUADRA 1 BLOCO A 20 ANDAR, - Bairro ASA NORTE, Brasília/DF, CEP 70002900 -
<http://www.correios.com.br>