



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES
Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos

OFÍCIO Nº 15311/2026/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 21, de 2026 - Requerimento de Informação (RIC) nº 8219/2025.

Senhor Primeiro-Secretário,

1. Ao cumprimentá-lo, cordialmente, faço referência ao Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 21, pelo qual Vossa Excelência encaminha a este Ministério das Comunicações (MCom), cópia do Requerimento de Informação (RIC) nº 8219/2025, de autoria da Deputada Federal Julia Zanatta (PL/SC), que requer desta Pasta " informações acerca da atuação do Ministério diante da grave crise financeira da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) e da destinação de recursos da estatal a patrocínios culturais de elevado valor".
2. Em atendimento ao expediente referenciado, encaminho a Nota Informativa nº 858/2026/MCOM (13321736), da Secretaria-Executiva desse Ministério, Ofício Nº 63506493/2026 - PRESIDÊNCIA (13126494) e Ofício Nº 65453474/2026 - PRESIDÊNCIA (13323094), da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (CORREIOS), vinculada a esta pasta, que fornecem as 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 14/05/2026, às 17:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

<https://mboleg-buteletronicidade-assinatura.camara.leg.br/?CodArquivo=1e0r-3130733>

3130733



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mcom.gov.br/sei/verifica>, informando o código verificador **13328549** e o código CRC **CB74348B**.

Anexos:

- Nota Informativa nº 858/2026/MCOM (13321736);
- Ofício Nº 63506493/2026 - PRESIDÊNCIA (13126494);
- Ofício Nº 65453474/2026 - PRESIDÊNCIA (13323094).

Referência: Processo nº 53115.034154/2025-31

Documento nº 13328549



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

https://m101eg-autenticidade-assinatura.camara.reg.br/Arquivo/Idor-3130733/p_882650/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/Content.Outlook/OK72TBYU/Oficio_13328549.html

3130733



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES

Secretaria-Executiva do Ministério das Comunicações
Subsecretaria de Governança das Entidades Vinculadas
Coordenação-Geral de Serviços Postais
Coordenação de Serviços Postais

NOTA INFORMATIVA Nº 858/2026/MCOM

Nº do Processo: **53115.034154/2025-31**
Documento de Referência: **Ofício Interno 72663 (13059055) e Ofício Interno 74476 (13134260)**
Interessado: **Deputada Federal Julia Zanatta (PL/SC)**
Nº de Referência: **Requerimento de Informação 8219/2025 (13059051)**
Assunto: **Requerimento de Informação (RIC) nº 8219/2025 - resposta definitiva**

SUMÁRIO EXECUTIVO

- Trata-se de proposta de resposta do MCOM ao Requerimento de Informação (RIC) nº 8219/2025 (13059051) de autoria da Deputada Federal Julia Zanatta (PL/SC), por meio do qual a parlamentar requer informações ao Sr. Ministro de Estado das Comunicações "*acerca da atuação do Ministério diante da grave crise financeira da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) e da destinação de recursos da estatal a patrocínios culturais de elevado valor*".
- Em face do recebimento definitivo desse RIC pelo MCOM, conforme Ofício 1ªSec/RI/E/nº 21 (13286474), e tendo em vista o tempo decorrido da resposta anterior da ECT, dada por meio do OFÍCIO Nº 63506493/2026 - PRESIDÊNCIA, de 03.02.2026, a empresa foi inquerida sobre a necessidade de fazer alguma complementação ou retificação ao que foi respondido anteriormente.
- Por conseguinte, a ECT enviou o Ofício Nº 65453474/2026 - PRESIDÊNCIA (13320917), com a alteração da resposta ao Questionamento 5 do citado RIC, mantendo-se as respostas anteriores dos demais questionamentos. Por conseguinte, a Nota Informativa 224 (13130208) deverá ser desconsiderada
- Dito isso, apresenta-se a seguir as respostas da COSPO/CGSP/SEVI aos Questionamentos apresentados no Requerimento de Informação (RIC) nº 8219/2025:

INFORMAÇÕES

1. Quais são os critérios técnicos, legais e econômicos que embasaram a autorização ou não impedimento, pelo Ministério das Comunicações, de aplicações de recursos da ECT em patrocínios culturais ou eventos artísticos enquanto a empresa apresenta déficits acumulados e grave risco de liquidez operacional?

1.1. Cópias de pareceres técnicos, jurídicos e de governança corporativa que recomendem, condicionem ou vedem tais aplicações em contexto de crise.

1.2. Indicação dos princípios administrativos e normativos utilizados para avaliar prioridades de gasto em situações de desequilíbrio financeiro.

Resposta proposta: O Ministério esclarece que a decisão sobre realizar ou não patrocínios é exclusivamente da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), competência dada pela Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais), que assegura autonomia administrativa,



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

fi p_882650/AppData/Local/Microsoft/Windows/NetCache/Content.Outlook/OK72TBYU/Nota_Informativa_13321736.html

https://miboleg-buteletridade-assinatura.camara.leg.br/?CodArquivo=3130733

orçamentária e operacional às empresas públicas (arts. 4º, 8º e 27). Ademais, aquela empresa informou que não foram celebrados patrocínios culturais nos anos de 2025 e 2026.

A ECT informou ainda que, no âmbito interno, os patrocínios são analisados tecnicamente de acordo com critérios objetivos previstos em suas normas de governança. As propostas devem demonstrar aderência ao Plano Estratégico, ao Plano Anual de Comunicação, ao Manual de Comunicação dos Correios e aos pilares da marca corporativa. São aplicados instrumentos de avaliação como a Matriz de Precificação de Patrocínios, que examina custo-benefício e contrapartidas, e a Matriz de Auditoria de Carteira (MAC), que analisa riscos, desempenho e conformidade.

A ECT informou também que, sob o ponto de vista legal, os patrocínios são permitidos com fundamento no art. 27, §3º, da Lei nº 13.303/2016, que autoriza empresas estatais a celebrar contratos de patrocínio vinculados ao fortalecimento da marca. Complementarmente, a atuação deve observar as Instruções Normativas SECOM nº 1/2017 e nº 2/2019, que disciplinam ações de comunicação e estabelecem requisitos de análise técnica, objetivos institucionais, contrapartidas e transparência. Também integra o arcabouço regulatório a Portaria MCOM nº 3.948/2021, que define conceitos e finalidade pública das ações de comunicação no Executivo Federal.

Do ponto de vista econômico, a ECT informou que deve comprovar disponibilidade orçamentária e demonstrar que o patrocínio pode contribuir para sua competitividade em ambiente de mercado. Entre os critérios utilizados estão a avaliação de retorno institucional, de visibilidade e de mídia espontânea, essenciais em setor altamente disputado por operadores de logística e marketplaces com forte investimento em comunicação.

A ECT informou que, mesmo diante da crise financeira que levou à suspensão de patrocínios culturais em 2025 e 2026, permanece essencial que uma empresa pública como os Correios — inserida em um segmento altamente concorrencial — mantenha estratégias consistentes de comunicação e, quando possível, ações de patrocínio alinhadas ao seu posicionamento institucional. Essas iniciativas fortalecem a presença da marca, ampliam a confiança dos públicos de interesse, apoiam a geração de negócios e consolidam a relevância da empresa em um mercado disputado por operadores privados com elevado investimento em visibilidade. A comunicação estratégica, integrada à reputação e à missão institucional dos Correios, contribui para preservar competitividade, aproximar a empresa da sociedade e reforçar sua identidade como agente público de alcance nacional, assegurando que, mesmo em momentos de contingência, seja preservado o valor de sua marca.

Em cenários de restrição orçamentária ou de risco à liquidez, a ECT informou que adota um conjunto de princípios administrativos e fundamentos normativos que orientam a priorização de despesas, sempre com foco na continuidade dos serviços públicos postais e na sustentabilidade econômico-financeira da estatal.

Do ponto de vista administrativo, prevalecem os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, eficiência e transparência (art. 37 da Constituição Federal). Esses princípios impõem que todas as decisões de gasto sejam tecnicamente justificadas, registradas em processo administrativo, conduzidas com critérios objetivos e acompanhadas por órgãos de governança interna, como o Comitê Executivo de Contingência (CCONT).

Do ponto de vista normativo, a Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais) estabelece as bases para gestão financeira responsável, determinando que empresas públicas observem controles internos, regras de governança, análise de riscos e sustentabilidade operacional (arts. 8º, 27 e 28). A Lei nº 6.538/1978 (Lei Postal) reforça a obrigação de garantir a continuidade dos serviços essenciais, o que orienta a priorização de despesas estruturantes. Obrigações constitucionais também influenciam a ordem de pagamento, como os direitos trabalhistas (art. 7º da Constituição) e a ordem cronológica de precatórios (art. 100). A ECT informou ainda se apoia em diretrizes internas, como as matrizes de priorização elaboradas pelo Comitê Executivo de Contingência dos Correios (CCONT), que classificam despesas essenciais à operação — folha de pagamento, precatórios, utilidades, infraestrutura crítica e manutenção da continuidade dos serviços. Esses instrumentos combinam critérios de risco operacional, impacto institucional, obrigações legais e necessidade de preservação da capacidade operacional e da

em da empresa.



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

https://mcomleg-buteletronicidade-assinatura.camara.reg.br/CodeArquivo/teor-3130733/p_882650/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/Content.Outlook/OK72TBYU/Nota_Informativa_13321736.html

Por fim, a ECT informou que a avaliação das prioridades de gasto pela Empresa fundamenta-se em um modelo integrado que combina princípios da administração pública, normas legais federais e mecanismos internos de governança, assegurando decisões responsáveis, justificadas e orientadas ao interesse público mesmo em situações de desequilíbrio financeiro.

2. Qual foi a análise de risco feita pelo Ministério sobre o impacto fiscal e financeiro dessas destinações de recursos frente ao cenário de insuficiência de caixa para cumprimento de obrigações essenciais da estatal, especialmente folha de pagamento e benefícios trabalhistas?

2.1. Se houver contrapontos técnicos divergentes, favor encaminhar.

Resposta proposta: No exercício de suas atribuições, o Ministério das Comunicações atua como órgão supervisor setorial, acompanhando a atuação institucional dos Correios, o cumprimento de suas finalidades públicas e a observância dos marcos legais e normativos aplicáveis, sem interferir diretamente nas decisões operacionais ou na gestão financeira cotidiana da Empresa.

Não obstante, a ECT informou que sua avaliação de riscos fiscais e financeiros associados à destinação de seus recursos, inclusive no que se refere a patrocínios, integra as competências de gestão e governança interna da Empresa, a quem cabe a administração orçamentária, a análise de liquidez e a definição de prioridades de gasto, nos termos da autonomia conferida pela Lei nº 13.303/2016.

Assim, eventuais análises de impacto fiscal, risco à liquidez, capacidade de cumprimento de obrigações essenciais — como folha de pagamento e benefícios trabalhistas — são realizadas no âmbito dos mecanismos internos de controle, gestão de riscos e planejamento financeiro da ECT, não havendo manifestação técnica específica do MCOM sobre esses aspectos relacionados a patrocínios.

A ECT informou ainda que, no âmbito da sua governança interna e diante do cenário de restrição financeira enfrentado pela empresa, a Empresa optou por não celebrar patrocínios culturais nos anos de 2025 e 2026, decisão tomada dentro de suas próprias instâncias de deliberação.

3. Existem instrumentos de governança interna, alertas ou recomendações formais emitidas pelo Ministério das Comunicações ao Conselho de Administração ou à Diretoria dos Correios acerca da necessidade de restrição de patrocínios ou gastos não operacionais, considerando a crise? Se sim, anexar íntegra dos documentos.

Resposta proposta: É importante esclarecer que a decisão de patrocinar é de competência exclusiva da ECT, sendo exercida conforme a estratégia de comunicação da Empresa, sempre em observância aos princípios constitucionais e administrativos, conforme regramento previsto nos normativos internos daquela empresa.

4. O Ministério tem conhecimento de qualquer manifestação de órgãos de controle (TCU, CGU ou Ministério Público Federal) relativa à gestão de prioridades de gasto da ECT em função da crise. Se houver, anexar cópias e resumo das providências adotadas.

Resposta proposta: Não foram identificados, no âmbito do Ministério das Comunicações, manifestações recentes dos órgãos citados especificamente sobre a "gestão de prioridades de gasto da ECT em função da crise."

5. Explique quais mecanismos o Ministério das Comunicações tem utilizado — ou pretende utilizar — para assegurar a continuidade dos serviços essenciais da ECT e a sustentabilidade financeira da estatal sem onerar desnecessariamente recursos públicos, em especial no que se refere à participação em financiamentos, empréstimos com aval da União, ou execução de orçamento próprio.

Resposta proposta: Como já dito, o Ministério das Comunicações atua como órgão supervisor setorial, acompanhando a atuação da ECT em relação a suas competências estabelecidas na Lei Postal, em especial seu desempenho quanto à política pública da universalização postal.

A ECT esclareceu que, enquanto empresa pública federal dotada de personalidade jurídica própria, conduzem sua gestão empresarial, financeira, operacional e comercial por meio de seus órgãos, observada a legislação aplicável às empresas estatais federais. Nesse contexto, as medidas

voltadas à sustentabilidade econômico-financeira da empresa são estruturadas no âmbito próprio da administração da ECT, com acompanhamento institucional dos órgãos governamentais competentes, nos limites de suas respectivas atribuições.

A empresa informou que sua atuação tem considerado o cenário de transformação estrutural do mercado postal e logístico, marcado pelo aumento da concorrência, pela mudança do perfil do comércio eletrônico, pela redução de determinadas receitas tradicionais e pela necessidade de modernização operacional e tecnológica. Esses fatores reforçam a importância de medidas de eficiência, diversificação de receitas, recomposição de liquidez e fortalecimento da governança, sem prejuízo da manutenção do papel público essencial desempenhado pela empresa na prestação dos serviços postais em todo o território nacional.

Nesse sentido, a empresa aprovou, em 19/11/2025, e vem executando, o que denominou de "Plano de Reestruturação 2025-2027", o qual é voltado à preservação da continuidade operacional, à melhoria da eficiência, à modernização dos processos, à revisão de seu modelo de negócios, ao fortalecimento da gestão de riscos e à busca de alternativas sustentáveis para o financiamento das obrigações associadas à universalização dos serviços postais. Tais medidas são conduzidas pelas instâncias competentes dos Correios, com base em análises técnicas, critérios de governança e avaliação permanente dos impactos financeiros, operacionais e institucionais.

No que se refere à participação em financiamentos, operações de crédito, instrumentos com garantia da União ou utilização de orçamento próprio, a empresa informou que eventuais medidas são avaliadas caso a caso, observados os requisitos legais, regulatórios, orçamentários e de governança aplicáveis. O objetivo é assegurar que qualquer solução financeira seja compatível com a continuidade dos serviços, com a sustentabilidade da empresa e com a proteção do interesse público, evitando a transferência desnecessária de ônus ao Tesouro Nacional ou a utilização inadequada de recursos públicos.

A empresa informou ainda que os mecanismos adotados ou em avaliação buscam combinar disciplina financeira, eficiência operacional, fortalecimento de receitas, gestão de passivos, modernização da estrutura empresarial e adequada segregação entre custos da política pública postal e custos próprios da atividade empresarial. Essa abordagem preserva a autonomia administrativa da ETC, resguarda informações estratégicas e concorrenciais sensíveis e assegura que as decisões empresariais sejam adotadas pelas instâncias competentes da empresa, com a transparência cabível perante os órgãos de controle, sem exposição indevida de dados negociais, financeiros ou estratégicos cuja divulgação possa comprometer a competitividade e a sustentabilidade da estatal.

6. O Ministério das Comunicações realizou, direta ou indiretamente, avaliação de conformidade entre os gastos com patrocínio cultural da ECT e o seu Plano de Recuperação Financeira ou Plano de Sustentabilidade Econômica?

6.1. Em caso positivo, encaminhar a íntegra da avaliação.

6.2. Em caso negativo, justificar a inexistência dessa análise em cenário de crise.

Resposta proposta: Conforme já dito, a decisão sobre realizar ou não patrocínios é exclusivamente da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), competência atribuída pela Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais), que assegura autonomia administrativa, orçamentária e operacional às empresas públicas (arts. 4º, 8º e 27).

Não obstante, a ECT informou que o *Plano de Reestruturação estabeleceu medidas destinadas a assegurar a manutenção, a eficiência e a qualidade dos serviços postais em âmbito nacional, garantindo a continuidade da integração territorial, da comunicação e da logística em bases economicamente sustentáveis. Nesse cenário, os mecanismos de comunicação — compreendendo ações de publicidade e patrocínio — assumem caráter estratégico. Tais mecanismos podem contribuir diretamente para o fortalecimento da competitividade, para o incremento de receitas e para a consolidação da sustentabilidade econômico-financeira da estatal.*

7. Houve, por parte do Ministério, recomendação formal ou informal para priorização dos operacionais essenciais (logística, pessoal, manutenção da rede postal) em detrimento de



despesas discricionárias como marketing institucional, publicidade e patrocínios culturais?**7.1. Informar datas, responsáveis e meios (ofícios, atas, e-mails ou notas técnicas).**

Resposta proposta: Não houve. Cabe informar que Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais) assegura autonomia administrativa, orçamentária e operacional às empresas públicas (arts. 4º, 8º e 27).

Ademais, a ECT informou que as ferramentas de comunicação — especialmente patrocínio e publicidade — constituem instrumentos indispensáveis para o fortalecimento do posicionamento estratégico de qualquer organização. No caso dos Correios, o patrocínio configura mecanismo legítimo e expressamente reconhecido pela Portaria MCOM nº 3.948/2021 como apto a agregar valor à marca, ampliar sua presença institucional e qualificar o relacionamento com públicos de interesse. Tais ações desempenham papel central no apoio ao atingimento dos objetivos estratégicos e de negócio, contribuindo diretamente para a geração de receita e para a competitividade da Empresa no mercado.

De acordo com a ECT, os patrocínios culturais outrora firmados foram contratados em período no qual os Correios não apresentavam cenário de insuficiência de caixa, tendo todos recebido validação orçamentária adequada. Os processos observaram integralmente as normas internas e os limites legais aplicáveis, compreendendo análise técnica detalhada, aplicação das metodologias de precificação e auditoria de carteira, emissão de parecer jurídico quanto à legalidade da contratação por inexigibilidade de licitação (nos termos da Lei nº 13.303/2016) e aprovação pelas autoridades competentes, nos moldes da tabela de alçadas prevista no Manual de Comunicação da Empresa. As decisões relativas aos patrocínios foram adotadas com base em critérios técnicos rigorosos, em conformidade com os princípios da eficiência, economicidade e transparência, e alinhadas aos objetivos institucionais e de comunicação da Empresa, reafirmando sua relevância como ferramenta essencial de marketing e de sustentação estratégica.

8. O Ministério das Comunicações considera compatível com os princípios da eficiência, economicidade e razoabilidade (art. 37 da Constituição Federal) a manutenção de patrocínios de alto valor enquanto a ECT enfrenta dificuldades para cumprir obrigações trabalhistas básicas?

8.1. Indicar fundamentos jurídicos e administrativos dessa avaliação.

Resposta proposta: Como já dito, a ECT informou que os patrocínios culturais celebrados em anos anteriores foram contratados em um momento em que os Correios não enfrentavam cenário de insuficiência de caixa.

9. Existe diretriz do Ministério que condicione a realização de patrocínios culturais pela ECT à existência de superávit operacional ou equilíbrio financeiro?

9.1. Caso inexista, informar se há previsão de edição de norma ou orientação nesse sentido.

Resposta proposta: O artigo 93 da Lei 13.303/2016 prevê que as despesas com publicidade e patrocínio não ultrapassem, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior. De acordo com a ECT, os patrocínios culturais celebrados em anos anteriores não ultrapassaram esse limite. Ademais, a empresa salienta que todos os seus investimentos são vinculados aos objetivos estratégicos da organização, sendo realizados com sólido fundamento orçamentário visando sempre à sustentabilidade da empresa.

Acrescenta-se que, a área de patrocínios da ECT adota metodologia rigorosa para mensuração dos resultados das ações, procedendo, ao término de cada projeto, à verificação de todos os elementos pertinentes, tais como: alcance de público, materiais e pontos de divulgação, visibilidade obtida, correta aplicação da marca, cumprimento das contrapartidas pactuadas, qualidade da execução, entre outros parâmetros. Esse processo resulta na avaliação do ROO – Retorno sobre Objetivos (Return on Objectives), métrica utilizada para aferir o grau de êxito da ação em relação às finalidades inicialmente estabelecidas, como engajamento, visibilidade institucional ou alteração de posição da marca. De acordo com a empresa, ao final da análise, é atribuída uma pontuação



proporcional ao retorno alcançado frente aos objetivos previamente definidos, a qual, nos termos da norma específica da Empresa, determina inclusive a habilitação ou não do proponente para futuras concessões de patrocínio.

Registra-se, oportunamente, que a metodologia de avaliação de resultados dos projetos patrocinados pela ECT 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, sendo que em 2023, nos termos do Ofício 3181/2023-TCU/Seproc, o Tribunal de Contas da União - TCU comunicou à ECT 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, restando o referido acórdão atestado como cumpridas as determinações referentes à avaliação de resultados do patrocínio.

10. O Ministério foi comunicado previamente sobre os valores globais envolvidos nos patrocínios mencionados (incluindo montantes individuais, contrapartidas de imagem e vigência dos contratos)?

10.1. Informar se houve aprovação, ciência formal ou ausência de manifestação.

Resposta proposta: Conforme já dito, a decisão sobre realizar ou não patrocínios é exclusivamente da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), competência atribuída pela Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais), que assegura autonomia administrativa, orçamentária e operacional às empresas públicas (arts. 4º, 8º e 27).

Ademais, a ECT informou que, em nome do princípio constitucional da transparência e sempre primando pela divulgação de seus atos, mantém em seu site na internet repositório específico, destinado ao compartilhamento de informações do patrocínio. 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 na 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. As informações referentes aos contratos de patrocínio estão disponíveis pelo link: <https://www.correios.com.br/acesso-a-informacao/receitas-e-despesas/patrocínios/patrocínios>.

11. O Ministério das Comunicações avalia que os retornos institucionais, de marca ou de imagem decorrentes desses patrocínios são mensuráveis e justificáveis frente ao prejuízo operacional acumulado da ECT?

11.1. Encaminhar estudos de custo-benefício, métricas de retorno (ROI) ou indicadores utilizados.

Resposta proposta: Conforme já dito, a decisão sobre realizar ou não patrocínios é exclusivamente da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), competência atribuída pela Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais), que assegura autonomia administrativa, orçamentária e operacional às empresas públicas (arts. 4º, 8º e 27).

Não obstante, a ECT informou que a sua área de patrocínios adota uma metodologia rigorosa para mensuração dos resultados das ações, em que são verificados, ao término do projeto, todos os itens pertinentes à ação, tais como: público, material e pontos de divulgação, visibilidade e aplicação da marca, cumprimento de contrapartidas, qualidade do projeto, dentre outros, avaliando assim o ROO - Retorno sobre Objetivos (Return on Objectives). Trata-se de uma métrica que avalia o sucesso de uma ação ou projeto, em relação àquilo que se pretendia alcançar, como engajamento, visibilidade ou mudança de percepção da marca. Ao final é atribuída uma nota mediante o retorno sobre os objetivos previamente definidos, que inclusive habilita ou não o proponente para novas concessões de patrocínio, de acordo com norma específica da empresa.

Como informado na questão 9, a metodologia de avaliação de resultados dos projetos patrocinados pela ECT foi analisada pelo Tribunal de Contas da União - TCU, no Acórdão 978/2019-TCU-Plenário, tendo referido acórdão atestado como cumpridas as determinações referentes à avaliação de resultados do patrocínio.



12. Houve, no âmbito do Conselho de Administração da ECT, voto divergente, ressalva ou alerta quanto à manutenção de patrocínios culturais durante a crise financeira?

12.1 Caso positivo, encaminhar atas e manifestações formais.

Resposta proposta: A ECT informou que o seu Conselho de Administração não delibera sobre patrocínios, pois essa matéria não integra sua alçada decisória. As contratações são conduzidas exclusivamente pelas instâncias operacionais definidas no Manual de Comunicação (MANCOM), que estabelece regras de competência específicas, conforme modalidade e valor do projeto.

Além disso, não houve contratação de patrocínios culturais nos exercícios de 2025 e 2026, de modo que não existiram deliberações, votos divergentes, ressalvas ou alertas das autoridades competentes sobre esse tema no período. Conseqüentemente, não há atas ou manifestações formais a serem encaminhadas.

13. O Ministério das Comunicações considera que a política de patrocínios atualmente adotada pela ECT está alinhada à finalidade pública da empresa e ao interesse coletivo, especialmente considerando seu papel estratégico na integração nacional e no atendimento a regiões remotas?

13.1. Fundamentar a resposta.

Resposta proposta: O Ministério esclarece novamente que a decisão sobre realizar ou não patrocínios é exclusivamente da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), competência atribuída pela Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais), que assegura autonomia administrativa, orçamentária e operacional às empresas públicas (arts. 4º, 8º e 27).

Não obstante, a Empresa informou que a sua política de patrocínio está em consonância com as exigências da Instrução Normativa nº 2/2019 da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM). Assim, os projetos patrocinados observam as diretrizes definidas normativamente pela ECT e visam 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.

Além disso, os projetos devem priorizar: 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; a promoção de novas práticas e inovações tecnológicas nas áreas de interesse e de atuação dos Correios, com foco no crescimento e sustentabilidade empresarial, 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; o fomento ao esporte brasileiro, especialmente em modalidades alinhadas aos atributos da marca Correios como competição, superação, esforço, dinamismo; o posicionamento social da empresa como parceiro do Governo Federal e integrador nacional; e o posicionamento da empresa em âmbito nacional e internacional.

A atuação da ECT, enquanto empresa pública com forte capilaridade e presença em todos os municípios brasileiros, evidencia sua relevância estratégica para a integração nacional e para o atendimento igualitário à população, especialmente em regiões remotas onde o Estado se faz mais necessário. Nesse contexto, iniciativas que consolidem sua imagem institucional e fortaleçam sua missão social tornam-se essenciais para evidenciar o compromisso histórico da empresa com o desenvolvimento do país. Nesse sentido, a divulgação do discurso de empresa sustentável, que valoriza a diversidade, a equidade e o respeito às diferenças, contribui para reafirmar o papel dos Correios como agente de desenvolvimento econômico regional e executor de políticas públicas sensíveis às necessidades da sociedade. Esse posicionamento alinha-se à promoção da inclusão social e ao apoio à educação, especialmente por meio de ações voltadas à escrita e à leitura, fortalecendo a formação da cidadania plena e estimulando práticas culturais que ampliem horizontes e oportunidades.



A democratização do acesso é potencializada quando projetos culturais, educacionais e sociais são dirigidos a qualquer cidadão, independentemente de localização geográfica ou condição socioeconômica. Tais iniciativas favorecem o desenvolvimento sociocultural das comunidades atendidas, salientam a brasilidade e preservam manifestações culturais que expressam a identidade do povo brasileiro. Nesse panorama, a priorização de projetos que posicionem os Correios como empresa cidadã, socialmente responsável e comprometida com o futuro das novas gerações, ratifica seu propósito institucional e contribui para a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

Destarte, observa-se a consonância entre as iniciativas propostas pelos patrocínios e a finalidade pública da ECT, reafirmando seu compromisso com o interesse coletivo, com a integração nacional e com a promoção de uma sociedade mais inclusiva, educada e conectada. O documento com as diretrizes de patrocínio está disponibilizado pelo link: <https://www.correios.com.br/aceso-a-informacao/receitas-e-despesas/patrocínios>.

14. Informar se o Ministério identificou risco reputacional, institucional ou jurídico para a ECT e para a União em razão da manutenção desses gastos em cenário de crise, inclusive quanto à percepção pública e ao controle externo.

Resposta proposta: Conforme já dito, a decisão sobre realizar ou não patrocínios é exclusivamente da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), competência atribuída pela Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais), que assegura autonomia administrativa, orçamentária e operacional às empresas públicas (arts. 4º, 8º e 27).

Não obstante, a ECT informou que os patrocínios culturais seguem os trâmites de aprovação e contratação previstos pela estrutura de governança da empresa, contidos no Manual de Comunicação e nas alçadas de competência nele previstas, bem como aos critérios e previsões da Instrução Normativa SECOM nº 2/2019, em especial a adequação do projeto ao Plano Estratégico, alinhamento aos objetivos definidos no Plano Anual de Comunicação e análise das contrapartidas do projeto.

Como já relatado, as propostas de patrocínios são objeto de análise técnica, que indicou a conveniência e oportunidade das contratações, análise orçamentária para o investimento, passaram por negociação para obtenção de condições adequadas de contratação, foram submetidas a metodologias que visam mitigar discricionariedade e assegurar alinhamento à estratégia e eficiência do gasto, como a Matriz de Precificação de Patrocínio (para adequação que contemplasse a melhor relação do custo-benefício) e à Matriz de Auditoria de Carteira - MAC. Nessa linha, as propostas também foram validadas pelo Comitê de Patrocínios do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal, aprovadas pelas autoridades competentes e analisadas e aprovadas pelo Departamento Jurídico dos Correios.

Importa destacar que esses mecanismos não apenas conferem segurança ao processo decisório, como também representam instrumentos essenciais para mitigação do risco reputacional, risco este reconhecido institucionalmente como sensível no âmbito da gestão de patrocínios. A própria definição interna do processo de patrocínio, segundo a área de comunicação e governança, explicita que a atuação deve priorizar alinhamento estratégico, conformidade regulatória, assegurando que a associação da marca Correios a terceiros ocorra somente sob critérios de integridade, transparência e valor institucional comprovado. Esse fluxo de governança em múltiplas camadas reforça a confiabilidade do processo e atua diretamente como barreira preventiva contra potenciais danos à imagem institucional — risco expressamente monitorado e tratado nos mapas corporativos de riscos vinculados ao processo de patrocínio.

Desta maneira, evidencia-se que a segurança do processo de patrocínio, sustentada por controles, avaliações técnicas, conformidade normativa e instâncias formais de decisão, constitui o principal mecanismo para preservar a reputação da Empresa, assegurando que cada parceria firmada fortaleça, e jamais comprometa, a imagem e a credibilidade dos Correios.

15. O Ministério avalia a possibilidade de revisão, suspensão ou redirecionamento de contratos de patrocínio vigentes, caso a situação financeira da ECT se agrave?

15.1. Em caso afirmativo, quais critérios objetivos serão adotados?



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

<https://www.correios.com.br/aceso-a-informacao/receitas-e-despesas/patrocínios>

p. 882650/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/Content Outlook/OK72TBYU/Nota_Informativa_13321736.html

15.2. Em caso negativo, justificar tecnicamente.

Resposta proposta: Conforme já dito, a decisão sobre realizar ou não patrocínios é exclusivamente da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), competência atribuída pela Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais), que assegura autonomia administrativa, orçamentária e operacional às empresas públicas (arts. 4º, 8º e 27).

Não obstante, a ECT informou que suas decisões sobre revisão/suspensão seguem governança contratual e avaliações financeiras internas dos Correios, não estando previstas contratações de novos patrocínios até que sejam sanadas as questões de insuficiência de caixa.

16. O Ministério tem conhecimento de eventual uso de patrocínios como instrumento indireto de alinhamento político, ideológico ou de posicionamento cultural, ainda que sob a rubrica de marketing institucional?

16.1. Caso negativo, informar quais mecanismos de controle existem para impedir tal desvio de finalidade.

Resposta proposta: Conforme já dito, a decisão sobre realizar ou não patrocínios é exclusivamente da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), competência atribuída pela Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais), que assegura autonomia administrativa, orçamentária e operacional às empresas públicas (arts. 4º, 8º e 27).

Não obstante, a ECT informou que realiza investimento em ações de patrocínio como instrumento legítimo e indispensável para o cumprimento de seus objetivos institucionais e estratégicos, integrando-se às demais políticas operacionais, negociais e de gestão de pessoas da Empresa. Tal atuação, alinhada às diretrizes normativas vigentes, não se presta — sob nenhuma hipótese — a atender a interesses político-partidários, ideológicos ou de posicionamento cultural, sendo vedada qualquer interpretação que distorça sua finalidade pública.

Nos termos da Instrução Normativa SECOM nº 2/2019, que disciplina a atuação em patrocínio dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal, os projetos submetidos à apreciação devem observar critérios objetivos, técnicos e comunicacionais, assegurando isonomia, coerência, conformidade legal e aderência às políticas públicas correspondentes. A própria normativa determina que os processos de patrocínio sejam conduzidos de forma impessoal, com transparência e fundamentação adequada, sujeitando-se à verificação de conformidade pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM e, quando cabível, pela apreciação do Comitê de Patrocínios.

Ademais, a ECT reiterou que todas as etapas do processo de patrocínio — desde a análise de mérito até a definição de valores e contrapartidas — seguem rigorosamente as diretrizes internas e normativas federais aplicáveis, incluindo a observância dos objetivos estratégicos, dos princípios constitucionais da Administração Pública e dos requisitos específicos de transparência previstos na citada IN SECOM nº 2/2019.

Por fim, a ECT informou que os patrocínios concedidos pela Empresa são pautados por critérios técnicos, impessoais e devidamente justificados, não havendo margem para interpretações que insinuem direcionamento, favorecimento ou desvio de finalidade. A integridade do processo é assegurada pela observância estrita da legislação, dos regulamentos internos e dos mecanismos de governança e controle que orientam a atuação institucional dos Correios.

17. Quais providências concretas o Ministério adotou, desde o início da atual crise financeira da ECT, para garantir transparência ativa sobre decisões de gasto não essenciais realizadas pela empresa?

Resposta proposta: O MCOM acompanha a realização das ações previstas no Plano de Restruturação 2025–2027 da ECT, na qualidade de órgão supervisor setorial, uma vez que a Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais) assegura autonomia administrativa, orçamentária e operacional às empresas públicas (arts. 4º, 8º e 27), como é o caso da ECT.

Ademais, a ECT informou que a comunicação ativa sobre o Plano de Restruturação -2027 da ECT é proporcionada diretamente pela Empresa. Como já registrado, a comunicação

Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

<https://mcomleg.bntel.br/cidade-assinatura.camara.leg.br/CDUArquivoReor-3190733>



constitui instrumento essencial e estruturante para o fortalecimento do posicionamento estratégico de uma organização, desempenhando papel determinante no aumento da visibilidade institucional, na projeção qualificada de sua marca e na divulgação de seu portfólio de produtos e serviços. No caso dos Correios, sua função estratégica é ainda mais relevante, pois integra as diretrizes do Plano de Reestruturação.

Como exemplo, a ECT cita que, no dia 29/12/2025, foi feito o anúncio sobre o Plano pelo presidente dos Correios, durante entrevista coletiva na sede da Empresa, em Brasília. O referido plano reposiciona a estatal como um ecossistema integrado de logística, serviços digitais e financeiros, com novas frentes em e-commerce, última milha, logística especializada em saúde, integração internacional, agronegócio, seguros e conta digital. A expectativa é gerar mais de R\$ 8 bilhões em receitas adicionais até 2029 e retomar resultados positivos de forma sustentável a partir de 2027, conforme link: <https://saladeimprensa.correios.com.br/arquivos/13415>.

Deste modo, a comunicação funcionará como mecanismo de coesão interna e externa, consolidação da identidade corporativa e sustentação do discurso institucional. Uma comunicação robusta e tecnicamente orientada contribui diretamente para mitigar a concorrência, ampliar a competitividade, preservar e expandir a base de consumidores, fortalecer a reputação da Empresa e apoiar a geração de negócios, receitas e resultados, assegurando a sustentabilidade organizacional e a execução eficaz dos objetivos estratégicos.

CONCLUSÃO

5. Sendo essa a proposta de respostas da COSPO/CGSP/SEVI às questões formuladas pelo Requerimento de Informação (RIC) nº 8219/2025 (13059051), apresenta-se esta Nota Informativa à consideração superior.

Brasília, 11 de maio de 2026.



Documento assinado eletronicamente por **José Ademar Alexandre de Souza, Coordenador de Serviços Postais**, em 11/05/2026, às 17:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Lumárya Souza de Sousa, Subsecretária de Governança das Entidades Vinculadas**, em 12/05/2026, às 15:17, 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 **13321736** e o código CRC **ACBEDCCA**.

Minutas e Anexos

Não Possui.

Referência: Processo nº 53115.034154/2025-31

Documento nº 13321736



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

<https://seimcom.gov.br/sei/verifica> (p. 882650/AppData/Local/Microsoft/Windows/NetCache/Content.Outlook/OK72TBYU/Nota_Informativa_13321736.html)



EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS
Presidência

OFÍCIO Nº 63506493/2026 - PRESIDÊNCIA

Brasília, 03 de fevereiro de 2026.

Ao Senhor

JOÃO ALOÍSIO VIEIRA

Secretário-Executivo Adjunto

Ministério das Comunicações

Esplanada dos Ministérios, Bloco R, Sala 801, 8º andar

70044-902 - Brasília/DF

cospo@mcom.gov.br

Assunto: Requerimento de Informação nº 8219/2025.

Referência: Processo Correios SEI nº 53180.057614/2025-15, Processo MCOM SEI nº 53115.034154/2025-31

Senhor Secretário-Executivo Adjunto,

1. Em atenção ao OFÍCIO Nº 44976/2025/MCOM, que trata do Requerimento de Informação - RIC nº 8219/2025, de autoria da deputada federal Julia Zanatta (PL/SC), apresentamos a manifestação dos Correios acerca dos questionamentos efetuados e dos documentos solicitados por meio da referida proposição legislativa.

2. Tendo em vista que os questionamentos foram direcionados aos processos e procedimentos de gestão desse Ministério supervisor, as manifestações a seguir delineadas restringem-se, exclusivamente, aos levantamentos e processos identificados no âmbito dos Correios, a exemplo da questão nº 4, que trata do MCOM ter conhecimento de qualquer manifestação de órgãos de controle sobre o objeto do citado RIC nº 8219/2025, não tendo os Correios identificado em seus registros manifestação recente proveniente do Tribunal de Contas da União (TCU) e Controladoria-Geral da União (CGU), que verse especificamente à "*gestão de prioridades de gasto da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) em função da atual crise*", por isso, não encaminharemos resposta à essa questão, e solicitamos à esse MCOM a verificação.

1. Quais são os critérios técnicos, legais e econômicos que embasaram a autorização ou não impedimento, pelo Ministério das Comunicações, de aplicações de recursos da ECT em patrocínios culturais ou eventos artísticos enquanto a empresa apresenta déficits acumulados e grave risco de liquidez operacional?

1.1. Cópias de pareceres técnicos, jurídicos e de governança corporativa que recomendem, condicionem ou vedem tais aplicações em contexto de crise.

1.2. Indicação dos princípios administrativos e normativos utilizados para avaliar prioridades de gasto em situações de desequilíbrio financeiro.

Não foram celebrados patrocínios culturais nos anos de 2025 e 2026. A decisão sobre ou não patrocínios é exclusivamente da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT). Essa



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

<https://mcomleg.autenticidade-assinatura.camara.leg.br/codArquivo?cod=5130733>

competência é atribuída à ECT pela Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais), que assegura autonomia administrativa, orçamentária e operacional às empresas públicas (arts. 4º, 8º e 27).

No âmbito interno da ECT, os patrocínios são analisados tecnicamente de acordo com critérios objetivos previstos em suas normas de governança. As propostas devem demonstrar aderência ao Plano Estratégico, ao Plano Anual de Comunicação, ao Manual de Comunicação dos Correios e aos pilares da marca corporativa. São aplicados instrumentos de avaliação como a Matriz de Precificação de Patrocínios, que examina custo-benefício e contrapartidas, e a Matriz de Auditoria de Carteira (MAC), que analisa riscos, desempenho e conformidade.

Sob o ponto de vista legal, os patrocínios são permitidos com fundamento no art. 27, §3º, da Lei nº 13.303/2016, que autoriza empresas estatais a celebrar contratos de patrocínio vinculados ao fortalecimento da marca. Complementarmente, a atuação deve observar as Instruções Normativas SECOM nº 1/2017 e nº 2/2019, que disciplinam ações de comunicação e estabelecem requisitos de análise técnica, objetivos institucionais, contrapartidas e transparência. Também integra o arcabouço regulatório a Portaria MCOM nº 3.948/2021, que define conceitos e finalidade pública das ações de comunicação no Executivo Federal.

Do ponto de vista econômico, a ECT deve comprovar disponibilidade orçamentária e demonstrar que o patrocínio pode contribuir para sua competitividade em ambiente de mercado. Entre os critérios utilizados estão a avaliação de retorno institucional, de visibilidade e de mídia espontânea, essenciais em setor altamente disputado por operadores de logística e marketplaces com forte investimento em comunicação.

Mesmo diante da crise financeira que levou à suspensão de patrocínios culturais em 2025 e 2026, permanece essencial que uma empresa pública como os Correios — inserida em um segmento altamente concorrencial — mantenha estratégias consistentes de comunicação e, quando possível, ações de patrocínio alinhadas ao seu posicionamento institucional. Essas iniciativas fortalecem a presença da marca, ampliam a confiança dos públicos de interesse, apoiam a geração de negócios e consolidam a relevância da empresa em um mercado disputado por operadores privados com elevado investimento em visibilidade. A comunicação estratégica, integrada à reputação e à missão institucional dos Correios, contribui para preservar competitividade, aproximar a empresa da sociedade e reforçar sua identidade como agente público de alcance nacional, assegurando que, mesmo em momentos de contingência, seja preservado o valor de sua marca.

Em cenários de restrição orçamentária ou risco à liquidez, a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) adota um conjunto de princípios administrativos e fundamentos normativos que orientam a priorização de despesas, sempre com foco na continuidade dos serviços públicos postais e na sustentabilidade econômico-financeira da estatal.

Do ponto de vista administrativo, prevalecem os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, eficiência e transparência (art. 37 da Constituição Federal). Esses princípios impõem que todas as decisões de gasto sejam tecnicamente justificadas, registradas em processo administrativo, conduzidas com critérios objetivos e acompanhadas por órgãos de governança interna, como o Comitê Executivo de Contingência (CCONT).

Do ponto de vista normativo, a Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais) estabelece as bases para gestão financeira responsável, determinando que empresas públicas observem controles internos, regras de governança, análise de riscos e sustentabilidade operacional (arts. 8º, 27 e 28). A Lei Postal nº 6.538/1978 reforça a obrigação de garantir a continuidade dos serviços essenciais, o que orienta a priorização de despesas estruturantes. Obrigações constitucionais também influenciam a ordem de pagamento, como os direitos trabalhistas (art. 7º da Constituição) e a ordem cronológica de precatórios (art. 100).

A ECT ainda se apoia em diretrizes internas, como as matrizes de priorização elaboradas pelo CCONT, que classificam despesas essenciais à operação — folha de pagamento, precatórios, utilidades, infraestrutura crítica e manutenção da continuidade dos serviços. Esses instrumentos combinam critérios de risco operacional, impacto institucional, obrigações legais e necessidade de

Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

fi <https://moleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/?codArquivo=5130733>

Assim, a avaliação das prioridades de gasto pela ECT se fundamenta em um modelo integrado que combina princípios da administração pública, normas legais federais e mecanismos internos de governança, assegurando decisões responsáveis, justificadas e orientadas ao interesse público mesmo em situações de desequilíbrio financeiro.

2. Qual foi a análise de risco feita pelo Ministério sobre o impacto fiscal e financeiro dessas destinações de recursos (patrocínios) frente ao cenário de insuficiência de caixa para cumprimento de obrigações essenciais da estatal, especialmente folha de pagamento e benefícios trabalhistas?

2.1. Se houver contrapontos técnicos divergentes, favor encaminhar.

A avaliação de riscos fiscais e financeiros associados à destinação de recursos dos Correios, inclusive no que se refere a patrocínios, integra as competências de gestão e governança interna da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), a quem cabe a administração orçamentária, a análise de liquidez e a definição de prioridades de gasto, nos termos da autonomia conferida pela Lei nº 13.303/2016.

No exercício de suas atribuições, o Ministério das Comunicações atua como órgão supervisor setorial, acompanhando a atuação institucional dos Correios, o cumprimento de suas finalidades públicas e a observância dos marcos legais e normativos aplicáveis, sem interferir diretamente nas decisões operacionais ou na gestão financeira cotidiana da empresa.

Assim, eventuais análises de impacto fiscal, risco à liquidez, capacidade de cumprimento de obrigações essenciais — como folha de pagamento e benefícios trabalhistas — são realizadas no âmbito dos mecanismos internos de controle, gestão de riscos e planejamento financeiro da ECT, não havendo manifestação técnica específica do MCOM sobre esses aspectos relacionados a patrocínios.

Registra-se que, no âmbito dessa governança interna e diante do cenário de restrição financeira enfrentado pela empresa, a ECT optou por não celebrar patrocínios culturais nos anos de 2025 e 2026, decisão tomada dentro de suas instâncias próprias de deliberação.

3. Existem instrumentos de governança interna, alertas ou recomendações formais emitidas pelo Ministério das Comunicações ao Conselho de Administração ou à Diretoria dos Correios acerca da necessidade de restrição de patrocínios ou gastos não operacionais, considerando a crise? Se sim, anexar íntegra dos documentos.

A decisão de patrocinar é de competência 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.

4. O Ministério tem conhecimento de qualquer manifestação de órgãos de controle (TCU, CGU ou Ministério Público Federal) relativa à gestão de prioridades de gasto da ECT em função da crise. Se houver, anexar cópias e resumo das providências adotadas.

Os Correios informam que não identificaram em seus registros manifestação recente proveniente do Tribunal de Contas da União (TCU) e Controladoria-Geral da União (CGU), que verse especificamente à "*gestão de prioridades de gasto da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) em função da atual crise*".

Por oportuno, ressaltamos que tais Órgãos de Controle possuem competência constitucional para fiscalizar órgãos e entidades da Administração Pública, incluindo empresas estatais como os Correios; atuam quando demandados de ofício, por meio de representações, fiscalizações, levantamentos, denúncias, auditorias, solicitações e etc.

Esses Órgãos desempenham papel essencial no acompanhamento das atividades dos Correios, emitindo conclusões conforme suas atribuições e rito processual aplicável. No que lhe compete, reios adotam as providências para o cumprimento de suas responsabilidades, apresentando



manifestações tempestivas, defesas e/ou respeitando seus requerimentos e julgados de acordo com os processos em trâmite.

5. Explique quais mecanismos o Ministério das Comunicações tem utilizado — ou pretende utilizar — para assegurar a continuidade dos serviços essenciais da ECT e a sustentabilidade financeira da estatal sem onerar desnecessariamente recursos públicos, em especial no que se refere à participação em financiamentos, empréstimos com aval da União, ou execução de orçamento próprio.

Sobre esse assunto, cabe apresentar contextualização o desempenho econômico-financeiros dos Correios.

Entre 2019 e 2022, a empresa enfrentou um período de forte restrição a investimentos estruturantes, com níveis anuais significativamente abaixo das necessidades. Nesse mesmo período, o mercado global passou por uma transformação acelerada, caracterizada pelo avanço tecnológico e pelo crescimento da concorrência, especialmente devido à expansão do comércio eletrônico. A insuficiência de investimentos reduziu a capacidade da empresa de acompanhar essas mudanças, resultando em perda gradual de relevância e de participação no segmento de encomendas e logística, evidenciando a necessidade urgente de ajustes profundos em sua estrutura e estratégia.

Paralelamente, as incertezas institucionais decorrentes da inclusão da estatal no Programa Nacional de Desestatização (PND) agravaram a situação. A medida trouxe insegurança interna e externa, afetando a confiança dos clientes e impactando a realização das parcerias estratégicas que poderiam ter ampliado receitas e acelerado a modernização da empresa. A isso se somaram a retomada do varejo físico após o auge da pandemia de Covid-19, que reduziu as receitas extraordinárias do e-commerce, além de contingências judiciais relevantes registradas em 2022, que impactaram diretamente os resultados.

Em 2023, iniciou-se um movimento de recuperação: o resultado foi 21% superior ao de 2022, e as despesas totais recuaram 2,52%, passando de R\$ 22,8 bilhões em 2022 para R\$ 22,2 bilhões em 2023.

Em 2024, os efeitos da conjuntura externa trouxeram novos desafios: mudanças regulatórias ocorridas no segundo semestre de 2024, sobre as compras internacionais, reduziram significativamente o volume de postagens, ampliaram a concorrência e diminuíram a receita do segmento internacional, que é tradicionalmente estratégico para a empresa. Essa retração afetou não apenas a dinâmica de geração de receitas em mais de R\$ 2 bilhões ainda em 2024, mas também a estrutura de gastos e investimentos, pressionando ainda mais o consumo de recursos financeiros disponíveis.

Assim, o terceiro trimestre de 2025 reflete esse ambiente adverso. Houve expressiva queda do volume de postagens internacionais, devido à citada alteração regulatória, à concorrência e à diminuição da participação da empresa em um segmento, que historicamente exercia papel de destaque. Além disso, a nova dinâmica do comércio eletrônico, combinada às demandas legítimas do varejo nacional, contribuíram para a retração das receitas e para a limitação de recursos disponíveis, reforçando a urgência de diversificação da carteira de produtos e serviços e da construção de parcerias estratégicas com diferentes setores da economia.

No âmbito interno, também houve pressões adicionais sobre custos e despesas operacionais, principalmente pela valorização do capital humano e pela elevação dos compromissos judiciais. Embora representem desafios de curto prazo, tais fatores revelam o compromisso da empresa com seus empregados, com o cumprimento da legislação e com a preservação de sua solidez institucional.

É oportuno destacar que a empresa mantém papel social essencial ao assegurar a prestação dos serviços postais em todos os distritos com mais de 500 habitantes, mesmo em localidades economicamente inviáveis. Atualmente, cerca de 67% dos custos da universalização são suportados pela própria organização, que mantém operações deficitárias com custo anual estimado em R\$ 6 bilhões. Esse esforço, realizado sob rigorosos padrões de qualidade e segurança, demonstra a relevância estratégica de



manter uma rede abrangente, que vai além de critérios estritamente comerciais para garantir a integração nacional e atender ao interesse público.

Dentro do contexto apresentado, em 06 de junho de 2025, foi criado o Comitê Executivo de Contingência dos Correios (CCONT), composto pelo presidente e diretores da empresa, com a função de estabelecer diretrizes e ações coordenadas para reestabelecer o equilíbrio do modelo econômico dos Correios e implementar o Programa de Reestruturação dos Correios, com foco em alavancas que assegurem a sustentabilidade econômica da instituição, bem como para o reequilíbrio de obrigações financeiras e de liquidez de curto prazo.

Em 19/11/2025, foi aprovado o Plano de Reestruturação dos Correios pelas instâncias de governança da estatal. O documento define ações para continuidade, eficiência e qualidade dos serviços postais em todo o território nacional, garantindo integração, comunicação e logística — de forma financeiramente sustentável. O plano foi elaborado após análise aprofundada da situação financeira e do atual modelo de negócio. Diante do cenário de queda de receitas e aumento de custos operacionais, a reestruturação contempla três fases: recuperação financeira, consolidação e crescimento.

Nos próximos 12 meses, os recursos serão aplicados em medidas determinantes, tais como:

- Programa de Demissão Voluntária e remodelagem dos custos com plano de saúde;
- 100% de adimplência com fornecedores;
- Modernização e readequação do modelo operacional e infraestrutura tecnológica;
- Liquidez assegurada durante a evolução do modelo econômico da empresa ao longo de 2026.

A agenda também prevê iniciativas como monetização de ativos e venda de imóveis, otimização da rede de atendimento com redução de até mil pontos deficitários, expansão do portfólio para e-commerce e parcerias estratégicas. Os Correios sinalizam ainda a possibilidade de operações de fusões, aquisições e outras reorganizações societárias para fortalecer a competitividade da estatal no médio e longo prazo.

Ato contínuo, em 26/12/2025, foi assinado o contrato de captação de R\$ 12 bilhões em crédito, medida central do Plano de Reestruturação 2025–2027, voltado à recuperação da sustentabilidade financeira, à modernização operacional e ao reposicionamento competitivo da estatal. O crédito possibilita a interrupção da espiral negativa, a recomposição da capacidade operacional da empresa e o avanço seguro do processo de reestruturação, constituindo-se em marco decisivo para recolocar os Correios em uma trajetória de sustentabilidade.

Nesse contexto, a estratégia institucional tem se concentrado, prioritariamente, no fortalecimento da capacidade operacional e financeira própria, por meio da execução de plano de reestruturação, da racionalização de despesas, da revisão de processos internos, do aprimoramento da política comercial e da gestão dos contratos com clientes, bem como da busca contínua por ganhos de eficiência e incremento de receitas. Tais medidas visam garantir a manutenção do serviço postal universal e dos demais serviços essenciais, preservando a autonomia administrativa, financeira e orçamentária da Empresa.

No que concerne à captação de recursos, os Correios adotam postura prudente e criteriosa, precedida de análises técnicas e econômico-financeiras destinadas a avaliar a efetiva necessidade, a capacidade de pagamento, os impactos sobre o fluxo de caixa e a compatibilidade com o planejamento estratégico e orçamentário da Empresa, em estrita observância às normas legais, fiscais e às diretrizes aplicáveis às empresas estatais federais, não dependentes. Nesse contexto, foram realizados diálogos amplos entre os Correios e representantes do Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI), da Secretaria de Coordenação e Governança das Empresas Estatais (SEST), do Ministério da Fazenda (MF), do Ministério das Comunicações (MCOM) e da Secretaria do Tesouro Nacional (STN), com a finalidade de apresentar, de forma tecnicamente fundamentada, as premissas que sustentam a capacidade operacional dos Correios.



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

https://moleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/codArquivo?eoi=5130733

Com a execução do plano, os Correios estimam redução do déficit em 2026 e retorno à lucratividade em 2027.

6. O Ministério das Comunicações realizou, direta ou indiretamente, avaliação de conformidade entre os gastos com patrocínio cultural da ECT e o seu Plano de Recuperação Financeira ou Plano de Sustentabilidade Econômica?

6.1. Em caso positivo, encaminhar a íntegra da avaliação.

6.2. Em caso negativo, justificar a inexistência dessa análise em cenário de crise.

Conforme já dito, os patrocínios culturais realizados seguiram todo o rito de aprovação e contratação. Foi observado integralmente o fluxo decisório vigente e os mecanismos de controle previstos na governança corporativa dos Correios, conforme disciplinado no Manual de Comunicação e nas respectivas alçadas de competência. Também foram atendidos os requisitos estabelecidos na Instrução Normativa SECOM nº 2/2019, especialmente quanto à aderência das iniciativas ao Plano Estratégico da empresa, aos objetivos constantes do Plano Anual de Comunicação e à avaliação das contrapartidas ofertadas. As propostas submetidas foram objeto de análise técnica que demonstrou sua pertinência e oportunidade, bem como de verificação orçamentária quanto à disponibilidade para o investimento. As contratações foram precedidas de negociações destinadas à obtenção das melhores condições e submetidas a instrumentos metodológicos voltados à redução de discricionariedade e ao alinhamento às diretrizes estratégicas, entre os quais a Matriz de Precificação de Patrocínio — utilizada para aferir a relação custo-benefício — e a Matriz de Auditoria de Carteira (MAC). Além disso, todas as iniciativas passaram pela validação do Comitê de Patrocínios da SECOM/PR, tendo sido posteriormente aprovadas pelas autoridades competentes e analisadas e referendadas pelo Departamento Jurídico dos Correios.

Em reforço sobre o que já foi apresentado, o Plano de Reestruturação estabeleceu medidas destinadas a assegurar a manutenção, a eficiência e a qualidade dos serviços postais em âmbito nacional, garantindo a continuidade da integração territorial, da comunicação e da logística em bases economicamente sustentáveis. Nesse cenário, os mecanismos de comunicação — compreendendo ações de publicidade e patrocínio — assumem caráter estratégico. Tais mecanismos podem contribuir diretamente para o fortalecimento da competitividade, para o incremento de receitas e para a consolidação da sustentabilidade econômico-financeira da estatal.

7. Houve, por parte do Ministério, recomendação formal ou informal para priorização de gastos operacionais essenciais (logística, pessoal, manutenção da rede postal) em detrimento de despesas discricionárias como marketing institucional, publicidade e patrocínios culturais?

7.1. Informar datas, responsáveis e meios (ofícios, atas, e-mails ou notas técnicas).

As ferramentas de comunicação — especialmente patrocínio e publicidade — constituem instrumentos indispensáveis para o fortalecimento do posicionamento estratégico de qualquer organização. No caso dos Correios, o patrocínio configura mecanismo legítimo e expressamente reconhecido pela Portaria MCOM nº 3.948/2021 como apto a agregar valor à marca, ampliar sua presença institucional e qualificar o relacionamento com públicos de interesse. Tais ações desempenham papel central no apoio ao atingimento dos objetivos estratégicos e de negócio, contribuindo diretamente para a geração de receita e para a competitividade da Empresa no mercado.

Salienta-se, ainda, que os patrocínios culturais firmados foram contratados em período no qual os Correios não apresentavam cenário de insuficiência de caixa, tendo todos recebido validação orçamentária adequada. Os processos observaram integralmente as normas internas e os limites legais aplicáveis, compreendendo análise técnica detalhada, aplicação das metodologias de precificação e auditoria de carteira, emissão de parecer jurídico quanto à legalidade da contratação por inexigibilidade de licitação (nos termos da Lei nº 13.303/2016) e aprovação pelas autoridades competentes, nos moldes da tabela de alçadas prevista no Manual de Comunicação dos Correios. As decisões relativas aos patrocínios foram adotadas com base em critérios técnicos rigorosos, em conformidade com os princípios de eficiência, economicidade e transparência, e alinhadas aos objetivos institucionais e de comunicação



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

fi https://mofleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/codArquivo/edf=5130733

3130733

da Empresa, reafirmando sua relevância como ferramenta essencial de marketing e de sustentação estratégica.

8. O Ministério das Comunicações considera compatível com os princípios da eficiência, economicidade e razoabilidade (art. 37 da Constituição Federal) a manutenção de patrocínios de alto valor enquanto a ECT enfrenta dificuldades para cumprir obrigações trabalhistas básicas?

8.1. Indicar fundamentos jurídicos e administrativos dessa avaliação.

Como já dito, os patrocínios culturais celebrados em anos anteriores foram contratados em um momento em que os Correios não enfrentavam cenário de insuficiência de caixa.

9. Existe diretriz do Ministério que condicione a realização de patrocínios culturais pela ECT à existência de superávit operacional ou equilíbrio financeiro?

9.1. Caso inexista, informar se há previsão de edição de norma ou orientação nesse sentido.

O artigo 93 da Lei 13.303/2016 prevê que as despesas com publicidade e patrocínio não ultrapassem, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior. Os patrocínios culturais celebrados em anos anteriores não ultrapassaram esse limite. Todos os investimentos dos Correios são vinculados aos objetivos estratégicos da organização, sendo realizados com sólido fundamento orçamentário visando sempre à sustentabilidade da empresa.

Acrescenta-se que, a área de patrocínios dos Correios adota metodologia rigorosa para mensuração dos resultados das ações, procedendo, ao término de cada projeto, à verificação de todos os elementos pertinentes, tais como: alcance de público, materiais e pontos de divulgação, visibilidade obtida, correta aplicação da marca, cumprimento das contrapartidas pactuadas, qualidade da execução, entre outros parâmetros. Esse processo resulta na avaliação do ROO – Retorno sobre Objetivos (*Return on Objectives*), métrica utilizada para aferir o grau de êxito da ação em relação às finalidades inicialmente estabelecidas, como engajamento, visibilidade institucional ou alteração de percepção da marca. Ao final da análise, é atribuída uma pontuação proporcional ao retorno alcançado frente aos objetivos previamente definidos, a qual, nos termos da norma específica da Empresa, determina inclusive a habilitação ou não do proponente para futuras concessões de patrocínio.

Registra-se, oportunamente, que a metodologia de avaliação de resultados dos projetos patrocinados pelos Correios 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, sendo que 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, restando o referido acórdão atestando como cumpridas as determinações referentes à avaliação de resultados do patrocínio.

10. O Ministério foi comunicado previamente sobre os valores globais envolvidos nos patrocínios mencionados (incluindo montantes individuais, contrapartidas de imagem e vigência dos contratos)?

10.1. Informar se houve aprovação, ciência formal ou ausência de manifestação.

Os Correios, em nome do princípio constitucional da transparência e sempre primando pela divulgação de seus atos, mantêm em seu site na internet repositório específico, destinado ao compartilhamento de informações do patrocínio. 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 na 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. As informações referentes aos contratos de patrocínio estão disponíveis pelo link: <https://www.correios.com.br/aceso-a-acao/receitas-e-despesas/patrocínios/patrocínios>.



11. O Ministério das Comunicações avalia que os retornos institucionais, de marca ou de imagem decorrentes desses patrocínios são mensuráveis e justificáveis frente ao prejuízo operacional acumulado da ECT?

11.1. Encaminhar estudos de custo-benefício, métricas de retorno (ROI) ou indicadores utilizados.

Como já mencionado, a área de patrocínios dos Correios adota uma metodologia rigorosa para mensuração dos resultados das ações, em que são verificados, ao término do projeto, todos os itens pertinentes à ação, tais como: público, material e pontos de divulgação, visibilidade e aplicação da marca, cumprimento de contrapartidas, qualidade do projeto, dentre outros, avaliando assim o ROO - Retorno sobre Objetivos (*Return on Objectives*). Trata-se de uma métrica que avalia o sucesso de uma ação ou projeto, em relação àquilo que se pretendia alcançar, como engajamento, visibilidade ou mudança de percepção da marca. Ao final é atribuída uma nota mediante o retorno sobre os objetivos previamente definidos, que inclusive habilita ou não o proponente para novas concessões de patrocínio, de acordo com norma específica da empresa.

Registra-se ainda, que a metodologia de avaliação de resultados dos projetos patrocinados pelos Correios 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, sendo que em 2023, nos termos do Ofício 3181/2023-TCU/Seprac, 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, restando o referido acórdão atestando como cumpridas as determinações referentes à avaliação de resultados do patrocínio.

12. Houve, no âmbito do Conselho de Administração da ECT, voto divergente, ressalva ou alerta quanto à manutenção de patrocínios culturais durante a crise financeira?

12.1. Caso positivo, encaminhar atas e manifestações formais.

No âmbito da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, o Conselho de Administração não delibera sobre patrocínios, pois essa matéria não integra sua alçada decisória. As contratações são conduzidas exclusivamente pelas instâncias operacionais definidas no Manual de Comunicação (MANCOM), que estabelece regras de competência específicas conforme modalidade e valor do projeto.

Além disso, não houve contratação de patrocínios culturais nos exercícios de 2025 e 2026, de modo que não existiram deliberações, votos divergentes, ressalvas ou alertas das autoridades competentes sobre esse tema no período. Conseqüentemente, não há atas ou manifestações formais a serem encaminhadas.

13. O Ministério das Comunicações considera que a política de patrocínios atualmente adotada pela ECT está alinhada à finalidade pública da empresa e ao interesse coletivo, especialmente considerando seu papel estratégico na integração nacional e no atendimento a regiões remotas?

13.1. Fundamentar a resposta.

A política de patrocínio dos Correios está em consonância com as exigências da Instrução Normativa nº 2/2019 da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM). Assim, os projetos patrocinados pelos Correios observam as diretrizes definidas normativamente pelos Correios e visam 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. Além disso, 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;



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

fi <https://moleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/?codArquivo=5130733>
jose.alexandre/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/Content.Outlook/NB3JZJLO/Oficio_63506493.html

- 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.
- d) o fomento ao esporte brasileiro, especialmente em modalidades alinhadas aos atributos da marca Correios como competição, superação, esforço, dinamismo;
- e) o posicionamento social da empresa como parceiro do Governo Federal e integrador nacional;
- f) o posicionamento da empresa em âmbito nacional e internacional.

A atuação dos Correios, enquanto empresa pública com forte capilaridade e presença em todos os municípios brasileiros, evidencia sua relevância estratégica para a integração nacional e para o atendimento igualitário à população, especialmente em regiões remotas onde o Estado se faz mais necessário. Nesse contexto, iniciativas que consolidem sua imagem institucional e fortaleçam sua missão social tornam-se essenciais para evidenciar o compromisso histórico da empresa com o desenvolvimento do país. Nesse sentido, a divulgação do discurso de empresa sustentável, que valoriza a diversidade, a equidade e o respeito às diferenças, contribui para reafirmar o papel dos Correios como agente de desenvolvimento econômico regional e executor de políticas públicas sensíveis às necessidades da sociedade. Esse posicionamento alinha-se à promoção da inclusão social e ao apoio à educação, especialmente por meio de ações voltadas à escrita e à leitura, fortalecendo a formação da cidadania plena e estimulando práticas culturais que ampliem horizontes e oportunidades.

A democratização do acesso — valor intrínseco aos Correios — é potencializada quando projetos culturais, educacionais e sociais são dirigidos a qualquer cidadão, independentemente de localização geográfica ou condição socioeconômica. Tais iniciativas favorecem o desenvolvimento sociocultural das comunidades atendidas, salientam a brasilidade e preservam manifestações culturais que expressam a identidade do povo brasileiro. Nesse panorama, a priorização de projetos que posicionem os Correios como empresa cidadã, socialmente responsável e comprometida com o futuro das novas gerações, ratifica seu propósito institucional e contribui para a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

Destarte, observa-se a consonância entre as iniciativas propostas pelos patrocínios e a finalidade pública dos Correios, reafirmando seu compromisso com o interesse coletivo, com a integração nacional e com a promoção de uma sociedade mais inclusiva, educada e conectada. O documento com as diretrizes de patrocínio está disponibilizado pelo link: <https://www.correios.com.br/aceso-a-informacao/receitas-e-despesas/patrocínios>.

14. Informar se o Ministério identificou risco reputacional, institucional ou jurídico para a ECT e para a União em razão da manutenção desses gastos (patrocínios) em cenário de crise, inclusive quanto à percepção pública e ao controle externo.

Conforme já dito, os patrocínios culturais realizados estiveram consoantes com os trâmites de aprovação e contratação previstos pela estrutura de governança dos Correios, contidos no Manual de Comunicação e nas alçadas de competência nele previstas, bem como aos critérios e previsões da Instrução Normativa SECOM nº 2/2019, em especial a adequação do projeto ao Plano Estratégico, alinhamento aos objetivos definidos no Plano Anual de Comunicação e análise das contrapartidas do projeto.

Como já relatado, as propostas de patrocínios foram objeto de análise técnica, que indicou a conveniência e oportunidade das contratações, análise orçamentária para o investimento, passaram por negociação para obtenção de condições adequadas de contratação, foram submetidas a metodologias que visam mitigar discricionariedade e assegurar alinhamento à estratégia e eficiência do gasto, como a Matriz de Precificação de Patrocínio (para adequação que contemplasse a melhor relação do custo-benefício) e à Matriz de Auditoria de Carteira - MAC. Nessa linha, as propostas também foram validadas



pelo Comitê de Patrocínios do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal, aprovadas pelas autoridades competentes e analisadas e aprovadas pelo Departamento Jurídico dos Correios.

Importa destacar que esses mecanismos não apenas conferem segurança ao processo decisório, como também representam instrumentos essenciais para mitigação do risco reputacional, risco este reconhecido institucionalmente como sensível no âmbito da gestão de patrocínios. A própria definição interna do processo de patrocínio, segundo a área de comunicação e governança, explicita que a atuação deve priorizar alinhamento estratégico, conformidade regulatória, assegurando que a associação da marca Correios a terceiros ocorra somente sob critérios de integridade, transparência e valor institucional comprovado. Esse fluxo de governança em múltiplas camadas reforça a confiabilidade do processo e atua diretamente como barreira preventiva contra potenciais danos à imagem institucional — risco expressamente monitorado e tratado nos mapas corporativos de riscos vinculados ao processo de patrocínio.

Desta maneira, evidencia-se que a segurança do processo de patrocínio, sustentada por controles, avaliações técnicas, conformidade normativa e instâncias formais de decisão, constitui o principal mecanismo para preservar a reputação da Empresa, assegurando que cada parceria firmada fortaleça, e jamais comprometa, a imagem e a credibilidade dos Correios.

15. O Ministério avalia a possibilidade de revisão, suspensão ou redirecionamento de contratos de patrocínio vigentes, caso a situação financeira da ECT se agrave?

15.1. Em caso afirmativo, quais critérios objetivos serão adotados?

15.2. Em caso negativo, justificar tecnicamente.

As decisões sobre revisão/suspensão seguem governança contratual e avaliações financeiras internas dos Correios, não estando previstas contratações de novos patrocínios até que sejam sanadas as questões de insuficiência de caixa.

16. O Ministério tem conhecimento de eventual uso de patrocínios como instrumento indireto de alinhamento político, ideológico ou de posicionamento cultural, ainda que sob a rubrica de marketing institucional?

16.1. Caso negativo, informar quais mecanismos de controle existem para impedir tal desvio de finalidade.

Os Correios reafirmam que o investimento em ações de patrocínio constitui instrumento legítimo e indispensável para o cumprimento de seus objetivos institucionais e estratégicos, integrando-se às demais políticas operacionais, negociais e de gestão de pessoas da Empresa. Tal atuação, alinhada às diretrizes normativas vigentes, não se presta — sob nenhuma hipótese — a atender a interesses político-partidários, ideológicos ou de posicionamento cultural, sendo vedada qualquer interpretação que distorça sua finalidade pública.

Nos termos da Instrução Normativa SECOM nº 2/2019, que disciplina a atuação em patrocínio dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal, os projetos submetidos à apreciação devem observar critérios objetivos, técnicos e comunicacionais, assegurando isonomia, coerência, conformidade legal e aderência às políticas públicas correspondentes. A própria normativa determina que os processos de patrocínio sejam conduzidos de forma impessoal, com transparência e fundamentação adequada, sujeitando-se à verificação de conformidade pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República — SECOM e, quando cabível, pela apreciação do Comitê de Patrocínios.

Ademais, os Correios reiteram que todas as etapas do processo de patrocínio — desde a análise de mérito até a definição de valores e contrapartidas — seguem rigorosamente as diretrizes internas e normativas federais aplicáveis, incluindo a observância dos objetivos estratégicos, dos princípios constitucionais da Administração Pública e dos requisitos específicos de transparência previstos na IN SECOM nº 2/2019.



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

https://fmi.leg.br/autenticacao-assinatura/camara.leg.br/codArquivo?cod=5130733

Assim, reafirma-se que os patrocínios concedidos pela Empresa são pautados por critérios técnicos, impessoais e devidamente justificados, não havendo margem para interpretações que insinuem direcionamento, favorecimento ou desvio de finalidade. A integridade do processo é assegurada pela observância estrita da legislação, dos regulamentos internos e dos mecanismos de governança e controle que orientam a atuação institucional dos Correios.

17. Quais providências concretas o Ministério adotou, desde o início da atual crise financeira da ECT, para garantir transparência ativa sobre decisões de gasto não essenciais realizadas pela empresa?

Como já registrado, a comunicação constitui instrumento essencial e estruturante para o fortalecimento do posicionamento estratégico de uma organização, desempenhando papel determinante no aumento da visibilidade institucional, na projeção qualificada de sua marca e na divulgação de seu portfólio de produtos e serviços. No caso dos Correios, sua função estratégica é ainda mais relevante, pois integra as diretrizes do Plano de Reestruturação 2025–2027. Tal documento é voltado à recuperação da sustentabilidade financeira, à modernização operacional e ao reposicionamento competitivo da estatal que vem sendo amplamente divulgado pelos Correios. No dia 29/12/2025, o anúncio foi feito pelo presidente dos Correios, durante entrevista coletiva na sede da empresa, em Brasília. O referido plano reposiciona a estatal como um ecossistema integrado de logística, serviços digitais e financeiros, com novas frentes em e-commerce, última milha, logística especializada em saúde, integração internacional, agronegócio, seguros e conta digital. A expectativa é gerar mais de R\$ 8 bilhões em receitas adicionais até 2029 e retomar resultados positivos de forma sustentável a partir de 2027, conforme link: <https://saladeimprensa.correios.com.br/arquivos/13415>.

Deste modo, a comunicação funcionará como mecanismo de coesão interna e externa, consolidação da identidade corporativa e sustentação do discurso institucional. Uma comunicação robusta e tecnicamente orientada contribui diretamente para mitigar a concorrência, ampliar a competitividade, preservar e expandir a base de consumidores, fortalecer a reputação da Empresa e apoiar a geração de negócios, receitas e resultados, assegurando a sustentabilidade organizacional e a execução eficaz dos objetivos estratégicos.

3. Permanecemos à disposição para prestar quaisquer esclarecimentos.

Respeitosamente,

ANA PAULA SOUSA DOS SANTOS GOMES MORAES

Chefe de Gabinete da Presidência

Assinado por Delegação de Competência, de acordo com a PRT/PRESI - 192/2025 (SEI nº 61841998)



Documento assinado eletronicamente por **Ana Paula Sousa dos Santos Gomes Moraes, Chefe de Gabinete da Presidência**, em 03/02/2026, às 15:41, 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 **63506493** e o código CRC **F52B96E0**.



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

<https://seilleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/codArquivo?eoi=5130733>

fi <https://seilleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/codArquivo?eoi=5130733>



Presidência dos Correios - SBN Quadra 1, Bloco A, Edifício Sede dos Correios, 20º Andar
Brasília/DF, CEP: 70002-900 - Site: <http://www.correios.com.br>

Referência: Processo nº 53180.057614/2025-15

SEI nº 63506493

3130733



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

<https://www.leg.br/leg-autenticada-e-assinatura/camara-leg.br/codArquivo/2025-5130733>



EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS
Presidência

OFÍCIO Nº 65453474/2026 - PRESIDÊNCIA

Brasília, 11 de maio de 2026.

Ao Senhor

JOÃO ALOÍSIO VIEIRA

Secretário-Executivo Adjunto

Ministério das Comunicações - Bloco R - 8º Andar

70044-902 - Brasília - DF

Assunto: Requerimento de Informação nº 8219/2025.

Referência: Processo nº 53180.057614/2025-15

Senhor Secretário-Executivo Adjunto,

1. Em resposta aos termos do OFÍCIO Nº 13113/2026/MCOM, que trata do Requerimento de Informação nº 8219/2025, apresentado pela deputada Julia Zanatta - PL/SC, ratificamos as informações prestadas por meio do OFÍCIO Nº 63506493/2026 - PRESIDÊNCIA, com exceção da relativa ao questionamento 5, para o qual solicitamos que seja considerada a seguinte:

"Inicialmente, esclarecemos que os Correios, enquanto empresa pública federal dotada de personalidade jurídica própria, conduzem sua gestão empresarial, financeira, operacional e negocial por meio de seus órgãos, observada a legislação aplicável às empresas estatais federais. Nesse contexto, as medidas voltadas à sustentabilidade econômico-financeira da empresa são estruturadas no âmbito próprio da administração dos Correios, com acompanhamento institucional dos órgãos governamentais competentes, nos limites de suas respectivas atribuições.

A atuação dos Correios tem considerado o cenário de transformação estrutural do mercado postal e logístico, marcado pelo aumento da concorrência, pela mudança do perfil do comércio eletrônico, pela redução de determinadas receitas tradicionais e pela necessidade de modernização operacional e tecnológica. Esses fatores reforçam a importância de medidas de eficiência, diversificação de receitas, recomposição de liquidez e fortalecimento da governança, sem prejuízo da manutenção do papel público essencial desempenhado pela empresa na prestação dos serviços postais em todo o território nacional.

Nesse sentido, a empresa aprovou, em 19/11/2025, e vem executando, o que denominou de "Plano de Reestruturação 2025-2027", o qual é voltado à preservação da continuidade operacional, à melhoria da eficiência, à modernização dos processos, à revisão de seu modelo de negócios, ao fortalecimento da gestão de riscos e à busca de alternativas sustentáveis para o financiamento das obrigações associadas à universalização dos serviços postais. Tais medidas são conduzidas pelas instâncias competentes dos Correios, com base em análises técnicas, critérios de governança e avaliação permanente dos impactos financeiros, operacionais e institucionais.

No que se refere à participação em financiamentos, operações de crédito, instrumentos com garantia da União ou utilização de orçamento próprio, eventuais medidas são avaliadas caso a caso, observados os requisitos legais, regulatórios, orçamentários e de governança aplicáveis. O objetivo é assegurar que qualquer solução financeira seja compatível com a continuidade dos serviços, com a sustentabilidade da empresa e com a proteção do interesse público, evitando a transferência desnecessária de ônus ao Tesouro Nacional ou a utilização inadequada de recursos



Autenticado eletronicamente, após conferência com original.

<https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/?codArquivoTeor=3130733>

3130733

públicos.

Assim, os mecanismos adotados ou em avaliação buscam combinar disciplina financeira, eficiência operacional, fortalecimento de receitas, gestão de passivos, modernização da estrutura empresarial e adequada segregação entre custos da política pública postal e custos próprios da atividade empresarial. Essa abordagem preserva a autonomia administrativa dos Correios, resguarda informações estratégicas e concorrenciais sensíveis e assegura que as decisões empresariais sejam adotadas pelas instâncias competentes da empresa, com a transparência cabível perante os órgãos de controle, sem exposição indevida de dados negociais, financeiros ou estratégicos cuja divulgação possa comprometer a competitividade e a sustentabilidade da estatal."

2. Por oportuno, ressaltamos o teor do parágrafo segundo do OFÍCIO Nº 63506493/2026 - PRESIDÊNCIA, principalmente para reforçar a menção feita à questão 4, de que os Correios não são cientificados da entrega de notificações, comunicações ou expedientes eventualmente encaminhados pelos órgãos de controle — Tribunal de Contas da União (TCU), Controladoria-Geral da União (CGU) ou Ministério Público Federal (MPF), diretamente ao Ministério das Comunicações, razão pela qual não tem condições de afirmar se essa pasta tem conhecimento de qualquer manifestação das referidas entidades fiscalizadoras, relativa à gestão de prioridades de gasto da ECT em função da crise.
3. Permanecemos à disposição para prestar quaisquer esclarecimentos.

Respeitosamente,

FLAVIO ROBERTO FAY DE SOUSA

Chefe de Gabinete da Presidência

Assinado por Delegação de Competência, de acordo com a PRT/PRESI - 023/2026 (SEI nº 63596381)



Documento assinado eletronicamente por **Flavio Roberto Fay de Sousa, Chefe de Gabinete da Presidência**, em 11/05/2026, às 10:32, 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 **65453474** e o código CRC **60F04EAF**.



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

