

REGLAMENTO

PARA EL SERVICIO FILATÉLICO

POSTAL

R-007.10

R-007.10



I. OBJETIVO

Normar los procedimientos relacionados con el Servicio Filatélico con el objetivo de promover y difundir la filatelia a nivel nacional e incrementar las ventas de SERPOST S.A. por este servicio.



II. ALCANCE

A todas las áreas de la Empresa.

III. BASE LEGAL

- 3.1 Estatuto de SERPOST S.A.
- 3.2 Decreto Legislativo N° 685 Ley de Creación de SERPOST S.A.
- 3.3 Convenio Postal Universal y Reglamento de Ejecución del Convenio
- 3.4 Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) y de la Dirección General de Políticas y Regulación en Comunicaciones (DGPRC).
- 3.5 Informe N° 102-2017-MTC/26 de la Dirección General Regulación y Asuntos Generales en Comunicaciones, ahora Dirección General de Políticas y Regulación en Comunicaciones (DGPRC).



TÍTULO I

DE LAS GENERALIDADES

Art. 1 **Definiciones.**- Para efectos del presente Reglamento, se entiende por:

- a. **Abonados Filatélicos**, son aquellos coleccionistas de sellos postales que están debidamente registrados en la Subgerencia de Marketing y Filatelia, pudiendo ser nacionales o internacionales. A ellos se les remitirá los productos filatélicos cuando lo requieran. La Gerencia Comercial, a través de la Subgerencia de Marketing y Filatelia, y/o la Gerencia General podrán establecer descuentos sobre el valor facial en virtud al volumen de su compra.
- b. **Aerograma**, carta para correo aéreo, de papel liviano, prefranqueado por el correo.
- c. **Calendario Filatélico**, es el conjunto de sellos postales o estampillas que se emiten en un año.
- d. **Comerciantes Filatélicos**, son personas naturales o jurídicas que venden los productos filatélicos de SERPOST S.A. a nivel nacional y/o internacional. Por el volumen de sus compras y la antigüedad de las emisiones a adquirir, la Gerencia Comercial, a través de la Subgerencia de Marketing y Filatelia, y/o la Gerencia General le asignará un descuento sobre el valor facial de los productos filatélicos.
- e. **Exposición/Muestra Filatélica**, es la presentación de colecciones de sellos postales de carácter competitivo, que puede ser local, nacional o internacional.
- f. **Filatelia**, afición a coleccionar y estudiar sellos de correos.



R-007.10

- g. **Instituciones Filatélicas**, son las organizaciones que agrupan a personas dedicadas a la colección de productos filatélicos.
- h. **Marcofilia**, es la afición al coleccionismo y estudio de marcas postales estampadas para indicar, franquear o anular sellos de correos.
- i. **Matasellos**, obliteración aplicada sobre un sello postal, indicando datos de su expedición, impidiendo también su reutilización.
- j. **Retirada de Sellos**, se refiere a especificar claramente los períodos de venta para cada emisión de sello postal, a fin de evitar que estén en el mercado durante años, lo que traería como consecuencia que el filatelista o coleccionista decida no comprar las emisiones nuevas si las puede obtener en años posteriores, por su mismo valor facial y posiblemente más baratos por causa de la inflación.
- k. **Sellos Postales** (Estampillas), Tiene por finalidad actuar como valor de cancelación adelantada de los servicios de comunicaciones postales.

TÍTULO II

DE LOS SELLOS POSTALES Y DEMÁS PRODUCTOS FILATÉLICOS

Art. 2 Tipos de Sellos Postales

Existen diferentes tipos de sellos postales, los más usados son los siguientes:

Sellos Ordinarios: Son emisiones que están dirigidas especialmente para el franqueo de la correspondencia, por lo tanto, su tiraje es bastante grande. Tiene una duración de circulación mucho mayor y normalmente deben corresponder al cuadro tarifario vigente. El tema de la imagen normalmente es el mismo, sus dimensiones son pequeñas y la gama de valores es muy variada.

Sellos Conmemorativos: Son aquellos sellos emitidos para conmemorar un evento importante, ya sea en honor a una persona o para recordar un hecho importante de interés nacional, internacional o filatélico. Son emitidos principalmente para ser vendidos a coleccionistas antes que, para el franqueo ordinario, sin embargo, también pueden ser utilizados para este fin.

Art. 3 Temas de los Sellos Postales

Los sellos postales ordinarios y conmemorativos deben considerar temas como flora, fauna, deportes, personajes sobresalientes de la historia y la cultura, sin distinción de raza, religión o tendencia política, así como resaltar lugares turísticos y hechos históricos de interés nacional e internacional, entre otros.

Los sellos postales conmemorativos sólo se podrán emitir si la institución o el evento a conmemorar celebra 25 o más años, siempre y cuando el aniversario sea múltiplo de 5, y además que esta haya contribuido de manera notoria al desarrollo del país. El requisito de antigüedad podría tener excepciones si así lo establece SERPOST S.A. y el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

Los temas de los sellos postales podrán establecerse a iniciativa de SERPOST S.A., o en virtud a solicitudes externas debidamente sustentadas para tal efecto,



R-007.10

que deberán llegar de manera formal a SERPOST S.A., y derivadas a la Gerencia Comercial y la Subgerencia de Marketing y Filatelia.

Art. 4 Valor de los Sellos Postales



Los sellos postales tienen un valor inicial, que es el costo de su confección, y que es el valor con el que es registrado contablemente por la Subgerencia de Finanzas. Los sellos postales tienen además un valor de cancelación o franqueo, es decir el que cubre el costo de la tarifa aplicable a la pieza postal, en atención al tipo de servicio, peso del envío y destino. Este valor es asignado por la Subgerencia de Marketing y Filatelia para su impresión y en virtud a lo establecido por la Subgerencia de Desarrollo Empresarial de la Gerencia de Desarrollo Corporativo Este valor está consignado en la viñeta del sello denominándose valor facial. Los sellos postales también tienen un valor que está directamente relacionado a su importancia filatélica o de colección una vez que este es emitido y transcurre el tiempo desde su puesta en circulación.



Art. 5 Tiraje Anual de Sellos Postales y demás Productos Filatélicos



El Departamento de Estudios Económicos de la Subgerencia de Desarrollo Empresarial será responsable de determinar el número total de sellos postales a emitirse para el Servicio Postal y la distribución de tal cantidad entre cada valor facial. Para eso, tomará en cuenta la política de franqueo establecida por la Gerencia de Administración de Recursos, a través de la Subgerencia de Finanzas, así como el stock de sellos postales en las bóvedas de valores de la sede central y de las Administraciones y Oficinas Postales. Otro de los insumos que utilizará para determinar la cantidad total de sellos postales a emitirse, es la estimación de los sellos postales para la venta filatélica que efectúe la Gerencia Comercial a través de la Subgerencia de Marketing y Filatelia.



Los tirajes de sellos postales totales no podrán ser menores de 5,000 por motivo; los tirajes de los productos filatélicos diferentes a sellos postales serán determinados por la Subgerencia de Marketing y Filatelia.



Art. 6 Aprobación del Calendario de Sellos Postales

El Calendario Anual de Emisiones Postales será aprobado en su etapa final por el Ministerio de Transportes y Comunicación a través de la Dirección General de Políticas y Regulación en Comunicaciones (DGPRC).



La propuesta inicial del Calendario será presentada por SERPOST S.A. a la DGPRC, debiendo sustentar la emisión de cada una de las estampillas del Plan Anual.

La DGPRC tiene la potestad de hacer sugerencias y observaciones al proyecto de Calendario de Emisiones Postales presentado por SERPOST S.A. Una vez aprobado los temas del Calendario de Emisiones Postales, la Subgerencia de Marketing y Filatelia iniciará la labor de diseño de los mismos.



En este contexto, la Subgerencia de Marketing y Filatelia coordinará con instituciones locales según sea el caso para:

- Obtener material gráfico (fotos, slides, ilustraciones, afiches, otros) para elaborar los diseños, la diagramación y el arte final de cada sello postal.



R-007.10

- Obtener material literario de cada tema y motivo aprobado para elaborar el boletín filatélico.
- Preparar el diseño y el arte para los sobres de primer día de emisión.
- Preparar el diseño y el arte para los matasellos de primer día de emisión.

En base al material obtenido, la Subgerencia de Marketing y Filatelia, elaborará los diseños de los sellos postales (bocetos), los cuales serán presentados a la DGPRC para su aprobación final, luego de lo cual se procederá a su impresión.

Art. 7 Proceso de Compra de Sellos Postales

La adquisición de sellos postales se hará de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado y estará a cargo de la Subgerencia de Logística.

La Subgerencia de Marketing y Filatelia enviará las especificaciones técnicas de los sellos postales a ser adquiridos por la Subgerencia de Logística.

El presupuesto para la compra de los sellos postales será formulado por la Subgerencia de Desarrollo Empresarial.

Art. 8 Financiamiento del Calendario de Emisiones Postales

El financiamiento del Calendario Anual de Sellos Postales será asumido por SERPOST S.A. En caso de emisiones extraordinarias, es decir sellos postales solicitados a destiempo, específicamente cuando el Calendario de Emisiones Postales se encuentre cerrado o impreso, el costo de su impresión podrá ser asumido por SERPOST S.A, previa autorización de la Gerencia General. La impresión de este tipo de sellos también podría ser financiado por la institución solicitante u otra auspiciadora, teniendo en cuenta que el tiraje total de la emisión será entregado a SERPOST S.A. en calidad de donación que presentará la iniciativa ante la DGPRC para que sea aprobado e incluido en el Calendario Anual de Emisiones Postales. La Subgerencia de Marketing y Filatelia a través del Área de Filatelia supervisará que la calidad de los sellos postales financiados por un tercero sea óptima y sea similar a los sellos postales impresos dentro del Calendario de Emisiones Postales del año de la impresión.

Las emisiones extraordinarias fuera del calendario postal aprobado, deberán ponerse a consideración de la DGPRC y de ser aprobada, serán incluidas en el calendario de emisiones postales.

Art. 9 Ingreso de los Sellos Postales a SERPOST S.A.

La recepción de los sellos postales en la sede central de SERPOST S.A, se efectuará a través del Departamento de Tesorería de la Subgerencia de Finanzas. Para ello se conformará una comisión de recepción de sellos postales integrada por personal de las siguientes Áreas:

- Departamento de Tesorería.
- Subgerencia de Marketing y Filatelia.
- Subgerencia de Logística.

El Órgano de Control Institucional será invitado en calidad de veedor.

El Departamento de Tesorería de la Subgerencia de Finanzas dará su conformidad en cuanto a la cantidad de sellos postales recibidos, mientras que



R-007.10

la Subgerencia de Marketing y Filatelia lo hará en lo que se refiere a la calidad de los sellos postales. Para ello, tomará una muestra representativa.

En caso de que hubiera cualquier inconveniente en la calidad de los sellos postales, la Subgerencia de Marketing y Filatelia, con conocimiento de la Gerencia Comercial y la Subgerencia de Finanzas, hará las coordinaciones con la imprenta, y de ser el caso, efectuará el respectivo reclamo, igual procedimiento se seguirá de encontrarse algún inconveniente en la cantidad de sellos postales recibidos por el Departamento de Tesorería.

Art. 10 Materiales utilizados para la impresión de Sellos Postales

En la medida en que se desarrolle el proceso de impresión de sellos postales, la Subgerencia de Marketing y Filatelia recibirá de la imprenta las pruebas a color, digital o match print de los sellos postales, para su revisión y visto bueno, debiéndolas devolver a la imprenta para la impresión de los sellos postales.

Una vez concluido el proceso de impresión de los sellos postales, se comunicará del hecho a la Gerencia General a fin de que esta conforme un comité de destrucción del material utilizado para la impresión de los sellos postales (placas, así como pruebas de impresión y demás). El mencionado comité estará conformado por miembros de la Gerencia de Administración de Recursos, Gerencia Comercial y Área de Seguridad.

La destrucción se realizará en las instalaciones de la imprenta y con la presencia de un notario público, quien emitirá la respectiva acta de destrucción. La contratación del notario estará a cargo de la Subgerencia de Logística a pedido de la Subgerencia de Marketing y Filatelia.

De realizarse la impresión de los sellos postales fuera del país por proveedor, enviará a SERPOST S.A. un video con la destrucción del material utilizado para la impresión de los sellos postales (placas, así como pruebas de impresión y demás).

Art. 11 Distribución de los Sellos Postales y demás Productos Filatélicos

La distribución de los sellos postales y productos afines para uso filatélico estará a cargo del Departamento de Tesorería de la Subgerencia de Finanzas.

En lo que respecta a sellos para elaborar sobre de Primer Día de Emisión, estos se distribuirán en su totalidad y por única vez a la Subgerencia de Marketing y Filatelia en una cantidad que oscilará entre los cincuenta (50) y cien (100) sellos postales por emisión, según lo estime conveniente la Subgerencia de Marketing y Filatelia, luego de lo cual serán internados en la Bóveda de Valores con sus respectivos sobres protocolares numerados.

En ese sentido, los Sobres de Primer Día de Emisión serán distribuidos por el Departamento de Tesorería.

Los denominados sellos protocolares serán entregados a la Subgerencia de Marketing y Filatelia por el Departamento de Tesorería en la cantidad de cien (100) unidades por cada motivo. La Subgerencia de Marketing y Filatelia podrá solicitar cien (100) sellos postales adicionales por cada motivo. Esta última acción está condicionada a la existencia de sellos postales en la bóveda de



R-007.10

valores. Si adicionalmente se requiriese un mayor número de sellos postales para protocolo, esto deberá contar con la autorización de la Gerencia General.

El Departamento de Tesorería también deberá entregar a la Subgerencia de Marketing y Filatelia doscientos treinta y cinco (235) sellos postales por motivo, para ser remitidos a la Unión Postal Universal (UPU) para el intercambio con otras administraciones postales del mundo. Eso, en virtud al RE 1113, inciso 2 del Reglamento Relativo a Envíos de Correspondencia.

Asimismo, se enviará dos veces al año a la Unión Postal Universal tres (03) ejemplares de cada emisión de Sellos Postales, en virtud al convenio firmado entre la UPU y SERPOST S.A., relativo al "Acuerdo de Participación en el Sistema de Numeración ADMF (WNS)". Estos sellos también deberán ser entregados por el Departamento de Tesorería a la Subgerencia de Marketing y Filatelia.

Para exposiciones filatélicas se reservarán los pliegos N° 1 y N° 2 de sellos postales, asimismo, se procederá de manera similar con las hojas Souvenir N° 1 y N° 2 y los Sobres de Primer Día N° 1 y N° 2; dichos sellos postales, Hojas Souvenir y Sobres de Primer Día se mantendrán como Patrimonio Intangible de la Empresa, los mismos que estarán en poder del Departamento de Tesorería en tanto la Subgerencia de Marketing y Filatelia no cuente con una bóveda de valores.

Art. 12 Controles aplicables a los Sellos Postales y demás Productos Filatélicos

El Departamento de Tesorería de la Subgerencia de Finanzas, consolidará la información (saldos y movimientos) relativa a los sellos postales y demás productos filatélicos.

Las Administraciones Postales que cuenten con Ventanilla Filatélica, deberán llevar un control estadístico de la venta de sellos postales y otros productos filatélicos por motivos, identificando cada uno con el código que les corresponda, dicha información deberá ser remitida mensualmente a la Subgerencia de Marketing y Filatelia.

**TÍTULO III
DE LOS MATASELLOS**

Art. 13 Tipos de los Matasellos

Matasellos de Primer Día de Emisión, tendrán la misma temática del sello postal sobre el cual se aplicará.

Matasellos Conmemorativos, se utilizan para resaltar aniversarios u eventos de instituciones que hayan contribuido al desarrollo del país y que sean prestigiosas a nivel nacional e internacional. También se utilizan para destacar la inauguración de locales de SERPOST S.A. y para difundir muestras o exposiciones filatélicas.

Matasellos Fechador, este tipo de matasellos no cuenta con temática.



R-007.10



Art. 14 Calendario de Emisión de Matasellos

La Subgerencia de Marketing y Filatelia deberá informar oportunamente a cada Administración u Oficina Postal el programa y/o la fecha de aplicación de los matasellos para conocimiento del personal de atención al público y filatelistas.



Art. 15 Emisión de Matasellos Conmemorativos

Podrán originarse a través de propuestas que directamente realice SERPOST S.A., basándose en el calendario cívico de eventos y acontecimientos especiales o cuando lo soliciten empresas o instituciones de diversa índole.

Las solicitudes para emisión y elaboración de matasellos serán evaluadas y aprobadas por la Gerencia Comercial a través de la Subgerencia de Marketing y Filatelia.



Art. 16 Financiamiento de los Matasellos

Los matasellos de cualquier tipo se elaborarán con recursos de SERPOST S.A.



Art. 17 Características de los Matasellos

Se deberá tener en cuenta lo siguiente:

- La dimensión referencial del Matasellos será de 3.5 cm de diámetro.
- La forma podrá ser variada (circular, oval, triangular o cuadrada), según se acuerde con la institución solicitante.
- Los diseños y los artes de los matasellos serán elaborados por la Subgerencia de Marketing y Filatelia.
- La tinta para aplicar el matasellos debe ser especial y de color negro.



Art. 18 Aplicación del Matasellos

Se colocará sobre la estampilla adherida al sobre; el periodo de uso varía de acuerdo al tipo de matasello y es de la siguiente manera:

Matasellos Fechador, se aplicará en cada punto de atención al público, sea propio o de terceros y por un periodo indefinido de tiempo.

Matasellos de Primer Día de Emisión, se aplicará en la Administración y/o Oficina Postal autorizada por la Subgerencia de Marketing y Filatelia de la Gerencia Comercial.

Matasellos Conmemorativo, se aplicará en el área de atención al público de la Administración Postal u Oficina Postal designada por la Subgerencia de Marketing y Filatelia, esta labor se efectuará por un periodo máximo de treinta (30) días calendarios; dicho matasellos se aplicará a toda la correspondencia nacida.



Art. 19 Conservación del Matasellos

Concluida la fecha de aplicación del Matasellos, la Administración Postal u Oficina Postal devolverá el mismo a la Subgerencia de Marketing y Filatelia de la Gerencia Comercial, quien lo mantendrá en calidad de custodia, pasando a formar parte del patrimonio intangible de SERPOST S.A., quedando dicha oficina facultada a realizar exposiciones y muestras filatélicas con los mismos.





R-007.10

TÍTULO IV DE LOS ABONADOS FILATÉLICOS



Art. 20 Condiciones para ser Abonados Filatélicos

El coleccionista, persona natural o jurídica, deberá abonar en la cuenta de SERPOST S.A. en forma adelantada la suma correspondiente del total de su pedido.



Art. 21 Remisión de Pedidos del Abonado Filatélico

Se realizará en el más breve plazo desde que la Subgerencia de Marketing y Filatelia reciba el pedido y el Departamento de Tesorería confirme que se ha efectuado el depósito del dinero en las cuentas de SERPOST S.A. Conjuntamente con los sellos postales, la Subgerencia de Marketing y Filatelia enviará al coleccionista su estado de cuenta y el comprobante por la compra (boleta o factura). Los envíos tanto nacionales como internacionales conteniendo los sellos postales para los abonados filatélicos serán enviados por SERPOST S.A. vía oficial a través del servicio certificado.



Art. 22 Descuentos para abonados filatélicos

Por su volumen de compra, la Gerencia Comercial podrá brindar descuentos sobre el valor facial a los abonados filatélicos hasta por un 25%.

Descuentos mayores deberán ser aprobados por escrito por la Gerencia General.



Art. 23 Información dirigida a los Abonados Filatélicos

La Subgerencia de Marketing y Filatelia deberá informar periódicamente a los Abonados Filatélicos acerca de los nuevos productos filatélicos que SERPOST S.A. emita, con la finalidad de difundir e incrementar las ventas, dicha información será difundida vía e-mail o por envío oficial; también se podrá utilizar la página Web de la Empresa, para lo cual se coordinará con la Subgerencia de Tecnologías de la Información.



Art. 24 Control de Los Abonados Filatélicos

SERPOST S.A. a través de la Subgerencia de Marketing y Filatelia de la Gerencia Comercial, mantendrá un directorio de Abonados Filatélicos, tanto nacionales como internacionales.

Se asignará a cada Abonado Filatélico un código, el cual estará conformado por las tres (3) letras del código ISO del país (Anexo 1) y un correlativo de cuatro (4) dígitos. Este Anexo será para control interno de la Subgerencia de Marketing y Filatelia.

Para considerar al abonado como cliente en el sistema SAP, se identificará por lo siguiente:

Nacional: Se identificará con DNI a la persona natural y con RUC para persona jurídica.

Extranjero: Se identificará con pasaporte, o carnet de extranjería.



R-007.10

La Subgerencia de Marketing y Filatelia remitirá al Departamento de Contabilidad de la Subgerencia de Finanzas un reporte detallado de las ventas mensuales a los abonados filatélicos.

TÍTULO V

DE LOS COMERCIANTES FILATÉLICOS

Art. 25 Requisitos para ser comerciantes filatélicos

Los comerciantes filatélicos deberán firmar un contrato con SERPOST S.A. para compra de productos filatélicos con un descuento sobre el facial, el mismo que se establecerá en sus respectivos contratos.

Art. 26 Obligaciones del comerciante filatélico

Los comerciantes filatélicos deberán preservar la confidencialidad de toda la información que SERPOST S.A. les hubiera suministrado; no podrán obrar frente a terceros invocando representación y no obligará a SERPOST S.A. bajo ninguna circunstancia, deberán cumplir con lo establecido en su contrato y dar cumplimiento a cualquier otro aspecto que defina y comunique la Subgerencia de Marketing y Filatelia de la Gerencia Comercial. Asimismo, tendrán la obligación de promover los productos filatélicos en la zona de su competencia, a captar clientela por todos los medios lícitos y habituales en plaza, y novedosos que pudieran surgir en el futuro, a promover negocios, a organizar la distribución y venta de los productos y a publicarlos a su exclusivo cargo, por sí mismos o por terceros, previa aprobación de la Subgerencia de Marketing y Filatelia. Los comerciantes se obligan a comprar a SERPOST S.A. cada emisión de los productos filatélicos que emitan anualmente en la forma y cantidades mínimas que se establezcan en sus respectivos contratos. Los agentes deberán respetar el precio unitario de venta al público de los productos, según el valor facial de cada uno de ellos. Los sellos les serán enviados por SERPOST S.A. al comerciante filatélico a través del servicio EMS.

Art. 27 Duración de los contratos

Los contratos tendrán una duración de un (1) año a partir de su firma, renovable automáticamente por un período igual, salvo manifestación en contrario de cualquiera de las partes efectuada por escrito y de manera fehaciente, de su voluntad de no continuar, realizada con una antelación mínima de cuarenta y cinco (45) días a la fecha de finalización prevista.

TÍTULO VI

DE LAS INSTITUCIONES FILATÉLICAS

Art. 28 Relación de SERPOST S.A. con las instituciones filatélicas

SERPOST S.A. recibirá de las instituciones filatélicas el aporte de ideas y sugerencias para la elaboración del calendario anual de sellos postales.

R-007.10

SERPOST S.A. coordinará con las instituciones filatélicas la programación de muestras y/o exposiciones filatélicas, las mismas que podrán exhibirse a nivel nacional.

SERPOST S.A. coordinará con las instituciones filatélicas acciones para el desarrollo y difusión de la filatelia a nivel nacional a través de la firma de convenios, de darse el caso.

Art. 29 Compromisos de la Empresa

SERPOST S.A. está facultado a brindar ciertos beneficios a las Instituciones Filatélicas, no siendo estas obligaciones permanentes y debiendo ajustarse a las medidas de austeridad que regulan su marco presupuestal y la disponibilidad de recursos con que se cuente; estos beneficios pueden ser:

- Remitir a las instituciones filatélicas, el calendario y cronograma anual de emisiones postales, asimismo entre treinta (30) y cincuenta (50) boletines filatélicos cada vez que se emita un sello postal.
- Brindar apoyo a las instituciones filatélicas, auspiciando la realización de eventos de carácter filatélico.
- Participar en forma conjunta, previa evaluación, con las instituciones filatélicas en muestras o exposiciones filatélicas de carácter nacional o internacional, así como en charlas de "Introducción a la Filatelia".

TÍTULO VII

DEL RETIRO DE LOS SELLOS POSTALES Y DEMÁS PRODUCTOS FILATÉLICOS

Art. 30 Retiro de los Sellos Postales y demás Productos Filatélicos

El proceso para retirar los sellos postales y productos filatélicos es interno, por tal motivo no se incluirá los productos que han sido vendidos antes de la fecha de retiro, los cuales podrán ser utilizados para el franqueo de la correspondencia, siempre y cuando la moneda establecida sea la vigente.

Art. 31 Procedimiento para el Retiro de los Sellos Postales y demás Productos Filatélicos

Transcurridos ocho (8) años desde la emisión de los sellos postales y demás productos filatélicos, los remanentes de cada emisión serán solicitados por el Departamento de Tesorería de la Subgerencia de Finanzas a las Administraciones Postales para ser guardados en la bóveda central de Tomás Valle como patrimonio de la Empresa.

Al finalizar cada año, el Departamento de Tesorería de la Subgerencia de Finanzas elaborará la relación de sellos postales y productos filatélicos que han sido retirados y que forman parte del patrimonio de SERPOST S.A., informando en detalle a la Subgerencia de Marketing y Filatelia para que este material sea considerado en eventuales muestras, exhibiciones filatélicas o ventas.

Los integrantes del Comité para el Tratamiento de Remanentes de Sellos Postales y demás Productos Filatélicos serán:

R-007.10



- Gerente de Administración de Recursos (o quien designe) Presidente
- Gerente Postal (o quien designe) Secretario
- Gerente Comercial (o quien designe) Miembro
- Gerente Legal (o quien designe) Miembro
- Jefe de Seguridad (o quien designe) Miembro
- Jefe del Órgano de Control Institucional (o quien designe) Observador



Este mismo Comité actuará como veedor en caso se presenten situaciones de sellos postales con mala impresión y otros que requieran ser destruidos.



TÍTULO VIII

DE LA POLÍTICA DE DESCUENTOS



Art. 32 Tipos de Descuento

La Empresa otorga descuentos con el objeto de difundir y desarrollar la filatelia en el ámbito nacional e internacional. De esta manera se ha considerado mantener una política de descuento sobre las ventas de productos filatélicos.

Los descuentos pueden ser de dos tipos:

Descuentos al Público en General, son de tipo promocional y se aplican a ciertos productos filatélicos según lo crea conveniente la Gerencia Comercial, con la finalidad de darles a los mismos una mayor rotación.

Descuentos a Clientes Específicos, se aplicarán a ciertos clientes, basándose en el volumen y antigüedad de los productos filatélicos que adquieran, así como la periodicidad de sus compras; la Gerencia Comercial será la encargada de determinar y aplicar tal descuento y de ponerlo en conocimiento del Departamento de Tesorería adjuntando el detalle de la boleta de venta o factura visada por el jefe inmediato superior.



TÍTULO IX

DE LA PÁGINA WEB



Art. 33 Diseño, Implementación y Mantenimiento de la Página Web

El link de Filatelia, ubicado en la Página Web de la Empresa, será diseñado por la Subgerencia de Tecnologías de la Información, siguiendo los lineamientos dados por la Subgerencia de Marketing y Filatelia, debiendo su diseño final contar con el visto bueno de la Gerencia Comercial.

Art. 34 Información en la Web

La información consignada en la sección de Filatelia de la Página Web deberá estar presentada en español e inglés, debiendo considerarse como mínimo lo siguiente:

- Datos Generales sobre la Filatelia.



R-007.10

- El Calendario de Sellos Postales. de los cinco (5) últimos años.
- Información sobre los productos filatélicos de SERPOST S.A.
- Información sobre el lanzamiento de nuevos sellos postales, aerogramas, matasellos, otros.
- Información sobre contacto con el área de ventas filatélicas de la Gerencia Comercial.
- Información sobre las promociones filatélicas y las políticas de descuento.
- Información sobre los Abonados Filatélicos, cómo funcionan, cuáles son los beneficios, los requisitos necesarios, además de los modelos de las fichas de inscripción y de pedido de productos.

TÍTULO X DE LAS PROHIBICIONES

Art. 35 Relacionadas con el Personal de la Empresa

El personal que labora en la Subgerencia de Marketing y Filatelia no podrá formar parte de la dirección de instituciones filatélicas en el ámbito nacional a fin de no tomar decisiones que repercutan en beneficio de sus propios intereses.

Art. 36 Relacionadas con Personas Ajenas a la Empresa

De ninguna manera se podrá entregar a filatelistas o coleccionistas cualquier material que implique su reproducción total o parcial, quedando bajo responsabilidad.

IV. DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

1. El presente documento deja sin efecto el Reglamento para el Servicio Filatélico Postal (R-007.09), aprobado por la Gerencia General con fecha 13 de setiembre de 2017.
2. En caso de envíos dirigidos a Abonados Filatélicos que contengan sellos postales con destino internacional y cuyo valor de estos sea superior a S/. 20,000.00 serán enviados por el servicio EMS.
3. Historial de versiones:

CÓDIGO	NOMBRE	FECHA
R-007.00	Reglamento para el Servicio Filatélico Postal	20.03.2000
R-007.01	Reglamento para el Servicio Filatélico Postal	30.01.2004
R-007.02	Reglamento para el Servicio Filatélico Postal	18.10.2005
R-007.03	Reglamento para el Servicio Filatélico Postal	09.08.2006

R-007.10

R-007.04	Reglamento para el Servicio Filatélico Postal	05.04.2010
R-007.05	Reglamento para el Servicio Filatélico Postal	07.07.2010
R-007.06	Reglamento para el Servicio Filatélico Postal	14.07.2011
R-007.07	Reglamento para el Servicio Filatélico Postal	27.03.2013
R-007.08	Reglamento para el Servicio Filatélico Postal	19.12.2013
R-007.09	Reglamento para el Servicio Filatélico Postal	13.09.2017



V.

AUTORIZACIÓN

El presente documento queda aprobado por la Gerencia General y entra en vigencia a partir de la fecha de suscripción.

Lima, 21 MAYO 2024

(Handwritten signature)
 ALEXANDER INFANTES POMAR
 Gerente General
 Serpost

R-007.10



ISO 3166 Codes (Countries)

Pais	Código Alfa-3
DOMINICAN REPUBLIC	DOM
EAST TIMOR	TLS
ECUADOR	ECU
EGYPT	EGY
EL SALVADOR	SLV
EQUATORIAL GUINEA	GNQ
ERITREA	ERI
ESTONIA	EST
ETHIOPIA	ETH
FALKLAND ISLANDS (MALVINAS)	FLK
FAROE ISLANDS	FRO
FIJI	FJI
FINLAND	FIN
FRANCE	FRA
FRANCE, METROPOLITAN	FXX
FRENCH GUIANA	GUF
FRENCH POLYNESIA	PYF
FRENCH SOUTHERN TERRITORIES	ATF
GABON	GAB
GAMBIA	GMB
GEORGIA	GEO
GERMANY	DEU
GHANA	GHA
GIBRALTAR	GIB
GREECE	GRC
GREENLAND	GRL
GRENADA	GRD
GUADELOUPE	GLP
GUAM	GUM
GUATEMALA	GTM
GUINEA	GIN
GUINEA-BISSAU	GNB
GUYANA	GUY
HAITI	HTI
HEARD AND MC DONALD ISLANDS	HMD
HONDURAS	HND
HONG KONG	HKG
HUNGARY	HUN
ICELAND	ISL
INDIA	IND
INDONESIA	IDN
IRAN (ISLAMIC REPUBLIC OF)	IRN
IRAQ	IRQ
IRELAND	IRL
ISRAEL	ISR
ITALY	ITA
JAMAICA	JAM
JAPAN	JPN
JORDAN	JOR
KAZAKHSTAN	KAZ
KENYA	KEN
KIRIBATI	KIR
KOREA, DEMOCRATIC PEOPLE'S REPUBLIC OF	PRK
KOREA, REPUBLIC OF	KOR
KUWAIT	KWT
KYRGYZSTAN	KGZ
LAO PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC	LAO
LATVIA	LVA
LEBANON	LBN
LESOTHO	LSO

R-007.10

ISO 3166 Codes (Countries)

País	Código Alfa-3
LIBERIA	LBR
LIBYAN ARAB JAMAHIRIYA	LBY
LIECHTENSTEIN	LIE
LITHUANIA	LTU
LUXEMBOURG	LUX
MACAU	MAC
MACEDONIA, THE FORMER YUGOSLAV REPUBLIC OF	MKD
MADAGASCAR	MDG
MALAWI	MWI
MALAYSIA	MYS
MALDIVES	MDV
MALI	MLI
MALTA	MLT
MARSHALL ISLANDS	MHL
MARTINIQUE	MTQ
MAURITANIA	MRT
MAURITIUS	MUS
MAYOTTE	MYT
MEXICO	MEX
MICRONESIA, FEDERATED STATES OF	FSM
MOLDOVA, REPUBLIC OF	MDA
MONACO	MCO
MONGOLIA	MNG
MONTSERRAT	MSR
MOROCCO	MAR
MOZAMBIQUE	MOZ
MYANMAR	MMR
NAMIBIA	NAM
NAURU	NRU
NEPAL	NPL
NETHERLANDS	NLD
NETHERLANDS ANTILLES	ANT
NEW CALEDONIA	NCL
NEW ZEALAND	NZL
NICARAGUA	NIC
NIGER	NER
NIGERIA	NGA
NIUE	NIU
NORFOLK ISLAND	NFK
NORTHERN MARIANA ISLANDS	MNP
NORWAY	NOR
OMAN	OMN
PAKISTAN	PAK
PALAU	PLW
PALESTINIAN TERRITORY, Occupied	PSE
PANAMA	PAN
PAPUA NEW GUINEA	PNG
PARAGUAY	PRY
PERU	PER
PHILIPPINES	PHL
PITCAIRN	PCN
POLAND	POL
PORTUGAL	PRT
PUERTO RICO	PRI
QATAR	QAT
REUNION	REU
ROMANIA	ROU
RUSSIAN FEDERATION	RUS
RWANDA	RWA
SAINT KITTS AND NEVIS	KNA



R-007.10

ISO 3166 Codes (Countries)

Pais

Código Alfa-3

Pais	Código Alfa-3
SAINT LUCIA	LCA
SAINT VINCENT AND THE GRENADINES	VCT
SAMOA	WSM
SAN MARINO	SMR
SAO TOME AND PRINCIPE	STP
SAUDI ARABIA	SAU
SENEGAL	SEN
SEYCHELLES	SYC
SIERRA LEONE	SLE
SINGAPORE	SGP
SLOVAKIA (Slovak Republic)	SVK
SLOVENIA	SVN
SOLOMON ISLANDS	SLB
SOMALIA	SOM
SOUTH AFRICA	ZAF
SOUTH GEORGIA AND THE SOUTH SANDWICH ISLANDS	SGS
SPAIN	ESP
SRI LANKA	LKA
ST. HELENA	SHN
ST. PIERRE AND MIQUELON	SPM
SUDAN	SDN
SURINAME	SUR
SVALBARD AND JAN MAYEN ISLANDS	SJM
SWAZILAND	SWZ
SWEDEN	SWE
SWITZERLAND	CHE
SYRIAN ARAB REPUBLIC	SYR
TAIWAN	TWN
TAJKIKISTAN	TJK
TANZANIA, UNITED REPUBLIC OF	TZA
THAILAND	THA
TOGO	TGO
TOKELAU	TKL
TONGA	TON
TRINIDAD AND TOBAGO	TTO
TUNISIA	TUN
TURKEY	TUR
TURKMENISTAN	TKM
TURKS AND CAICOS ISLANDS	TCA
TUVALU	TUV
UGANDA	UGA
UKRAINE	UKR
UNITED ARAB EMIRATES	ARE
UNITED KINGDOM	GBR
UNITED STATES	USA
UNITED STATES MINOR OUTLYING ISLANDS	UMI
URUGUAY	URY
UZBEKISTAN	UZB
VANUATU	VUT
VATICAN CITY STATE (HOLY SEE)	VAT
VENEZUELA	VEN
VIET NAM	VNM
VIRGIN ISLANDS (BRITISH)	VGB
VIRGIN ISLANDS (U.S.)	VIR
WALLIS AND FUTUNA ISLANDS	WLF
WESTERN SAHARA	ESH
YEMEN	YEM
YUGOSLAVIA	YUG
ZAMBIA	ZMB
ZIMBABWE	ZWE

