

SELLO POSTAL ALUSIVO

"Producto de Exportación, Cuy"

Tiraje	: 50,000 sellos postales
Valor	: S/2.50
Diseño	: Christian Alvarez M. - SERPOST S.A.
Pliego	: 50 sellos postales
Dimensiones	: 40 mm x 30 mm
Dentado	: 13 1/2
Color	: Policromía
Impresión	: Offset
Impreso en	: Thomas Greg and Sons - Perú

OTRAS ESPECIES FILATELICAS

Sobres de Primer Día (SPD) : S/. 3.50

DÍA DE EMISIÓN - BOLETIN 2009

19 de Agosto de 2009



Matasellos de Primer
Día de Emisión

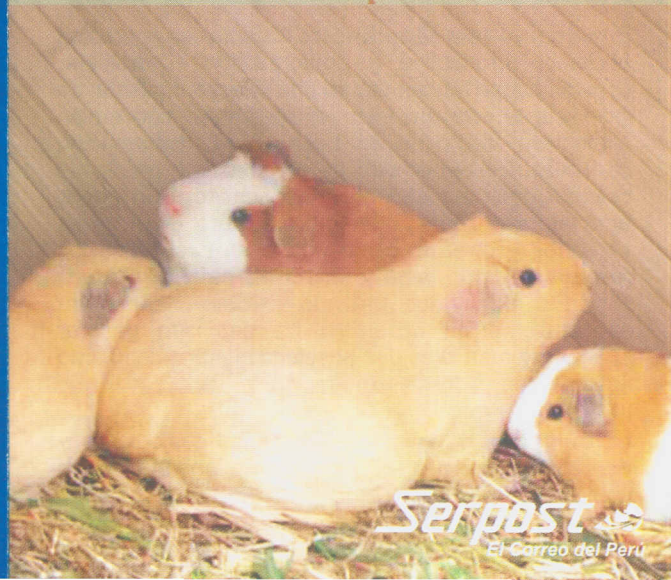
Serpost 
El Correo del Perú

EMPRESA DEL SECTOR TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

Distribución gratuita.

Cuy

Producto de Exportación



Serpost 
El Correo del Perú

IMPORTANCIA DEL CUY EN EL PERÚ

Cavia porcellus CUY RAZA PERU

El cuy (*Cavia porcellus*) es una especie nativa, originaria de los andes. Su domesticación data de 3000 años A. C. El Perú es el primer país productor y consumidor de esta especie. Por su adaptación a diferentes ecosistemas se desarrolla en la sierra y en la costa. La importancia de su crianza radica en su aporte a la seguridad alimentaria de las poblaciones rurales.

El INIA a mediados de la década de los 60 tuvo la idea innovadora de identificar, caracterizar y poner en valor este recurso zogenético andino mediante un programa de colección, selección, hibridación, mejoramiento genético sostenido y de alta calidad científica. Este trabajo continuo permitió tener un proyecto exitoso en el área de producción animal que puede exhibir el Perú en los últimos 40 años con la formación de dos razas especializadas y productivas.

El cuy nativo de la década de los 60 tenía una pobrísima eficiencia productiva y conformación carnicera, convirtiéndose hoy en día en una crianza industrial de gran auge, con animales eficientes en conversión alimenticia, reproducción, buen peso y conformación carnicera. De haber sido de un consumo propio de celebraciones, actualmente es consumido por lo menos una vez por semana en gran número de hogares peruanos y ofrecido como potaje en casi todos los restaurantes a lo largo y ancho del país. Desde sus orígenes el cuy fue utilizado exclusivamente para autoconsumo su desarrollo ha permitido generar crianzas comerciales que abastece al mercado interno así como mercados de exportación.

La formación de raza Perú fue un trabajo largo y persistente, en el año 1970, los cuyes pesaban a los dos meses de edad 386 g. En 15 generaciones posteriores a través de selección, se incrementó el peso en 49%

logrando a la misma edad 576 g y en 12 generaciones adicionales alcanzó un peso de 1040 g.. En cuanto a su conversión alimenticia CA en 1971 esta fue de 7.7 y en 1997 se redujo a 3.03. Actualmente los cuyes parrilleros de la raza Perú alcanzan un kilogramo de peso a las 8 semanas de edad. Las hembras entran a empadre a los 56 días de edad con un porcentaje de fertilidad del 98%. Su eficiencia en conversión alimenticia se logra con una alimentación mixta, concentrado ad libitum más forraje restringido. Como raza mejorada precoz, es exigente en la calidad de su alimento, requiere dietas con 18% de proteína y 2800 Kcal de energía.

La fortaleza de la especie es la calidad nutritiva y la exquisitez de su carne, así como la existencia de una población que demanda de su carne. En la zona rural constituye en muchos casos la única fuente de proteína accesible en los sistemas de producción frágiles. El rendimiento de carcasa es de 73% con un alto contenido de proteína (20.5%) y baja en grasa (1.55%), constituyendo una carne de alta calidad nutricional..

En crianzas familiares se dispone de 4.83 kg de carne mensualmente con 10 reproductoras. Esto representa 0.97 kg de proteína con lo que se lograría mejorar el nivel nutricional de la familia, la desnutrición en el país esta dada por anemia, el consumo de esta carne roja puede mejorar la deficiencia del consumo de hierro en la población rural.

El cuy como animal productivo se encuentra hoy a nivel nacional e internacional encontrándose hoy en día, programas de investigación en muchas universidades y centros de promoción agraria de nuestro país y de otros países andinos, así como granjas comerciales en pueblos y comunidades donde ha servido para empoderar a la mujer como productora y gerente. Así mismo, el cuy se ha convertido en la identificación cultural del peruano en el extranjero y el integrador entre latinoamericanos.