













RECOMENDACIONES PARA LA DIFUSIÓN DEL SERVICIO DE **CASTRACIONES**

La difusión tiene que ser clara y sistemática

- El contenido de las placas debe ser evidente a primera vista. Es necesario comunicar las jornadas y los otorgamientos de turnos (en caso de que se trabaje con esa modalidad) de manera sencilla y clara, con todos los datos necesarios para que a la comunidad no le queden dudas.
- El cronograma de jornadas de castraciones debe estar siempre a disposición de la comunidad en la web y en redes; también en folletos y carteles impresos, para que la gente sepa en qué barrios o zonas se va a estar prestando el servicio, y qué días.
- Cada jornada se debe difundir con 10 días de anticipación, como mínimo. Durante estos días lo ideal es hacer varios avisos por diferentes medios y principalmente hacer una última difusión fuerte entre 48 y 24 hs. antes de la jornada, por redes sociales, radios y otros medios, a modo de recordatorio.





























En los folletos, placas y carteles no deben faltar

• Palabras claves o mensajes como "Castraciones GRATUITAS de perras, perros, gatas y gatos", "Se castran hembras en celo y preñadas", "Se castran cachorros y gatitos a partir de los 4 meses", "No es necesario que la hembra tenga una cría antes de ser castrada".















- Información referida a cómo acceder al Servicio (si es por orden de llegada sin turno previo o cómo hacer para obtener turno).
- Número de teléfono (WhatsApp agiliza mucho la solicitud de turnos y consultas).
- Direcciones y horarios donde se prestará el Servicio.
- Información referida a condiciones en las que se debe llevar a los animales (gatos en bolsa de red, mochilas o transportadoras, perros con collar y correa, llevar manta para el retiro del animal, ayuno de sólidos de 8 o 12 horas y de 6 o 4 horas de líquido -sobre todo en verano, el ayuno de líquidos debe ser el mínimo necesario, para evitar deshidrataciones).

















- Mensajes orientados a transmitir conceptos educativos básicos que sean atractivos o que generen una llamada de atención para la gente. Incluir conceptos como los listados a continuación, en forma rotativa en los folletos y cartelería, ayuda a atraer más público.
- o los beneficios de la castración sobre la salud del animal.
- o la importancia de la castración para reducir el vagabundeo y los accidentes de tránsito.















- o la importancia de la castración para reducir los riesgos de zoonosis como rabia, parasitosis y leishmaniasis, entre otras.
- o la importancia de castrar perros machos para reducir los episodios de mordeduras a los niños de la familia.
- o las ventajas de castrar antes del primer celo o alzada, etc.

Ver ejemplos de folletos, flyers y placas en https://redpoliticaspublicas.org/manuales/difusion/















¿Sabías qué?

- El 85% de los perros que alguna vez mordieron, no estaba castrado
- Las víctimas de esas mordeduras son, mayoritariamente, los niños de la familia





















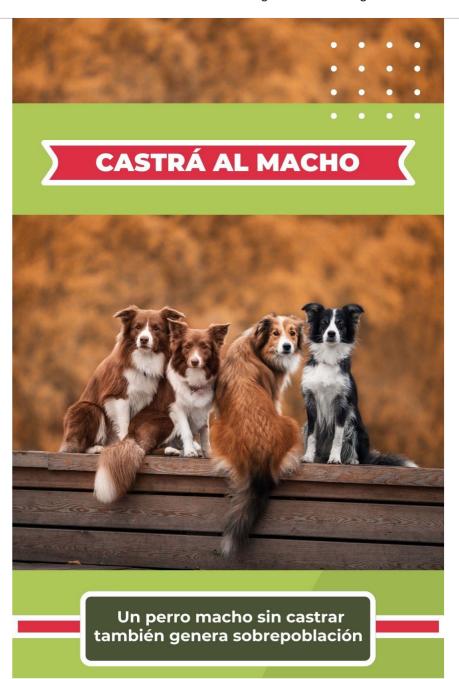












Consultá nuestro cronograma en https://www.facebook.com/sanidadanimalcasilda o comunicate al



3464 699384















Diversificar el tipo y medios de difusión

- Uno de los canales más efectivos para lograr una difusión profunda del servicio, es trabajar en conjunto con el voluntariado local, ya que ellos no sólo tienen páginas en redes sociales que son seguidas y consultadas por miles de miembros de la comunidad, sino que conocen a fondo las necesidades y las urgencias que van apareciendo a diario (perras y gatas que han entrado en celo, o que ya se encuentran preñadas, cachorros que han dado en adopción y ya tienen edad de ser castrados, perras o gatas que parieron y estarían prontas a poder ser castradas, etc.). El voluntariado local es el mejor vínculo entre la Comunidad y el Municipio, ya que a través de ellos van a llegar al servicio los animales que requieran de mayor urgencia, optimizando así los resultados.
- Placas digitales para redes sociales en formato de Historias y de Posteos.
- Folletos y carteles impresos para pegar y/o entregar en locales comerciales (carnicería, verdulería, almacén, bares, etc.) y entidades de cada barrio (club, salón parroquial, sala de espera del centro de salud, colonia de vacaciones, terminal de micros, etc.)
- Propaladora (megáfono)
- Spots para radio y televisión.
- Considerar la posibilidad de difundir en aquellos lugares donde se concentra la gente durante los fines de semana (plaza, parque y pileta municipal, canchas de fútbol) y durante eventos y/o espectáculos (actos públicos, fiestas patrias, recitales/conciertos, eventos deportivos).
- Colocar banners, gotas, banderas, etc. en la puerta de los lugares donde se esté prestando el servicio, para llamar la atención de la gente que pasa por el lugar y así invitarla a llevar a castrar a sus animales.



























