

SER MILITAR, UN FUTURO A TU MEDIDA

La Subdirección General de Reclutamiento mantiene abiertos diversos canales para informar sobre las posibilidades laborales y de formación que ofrecen las Fuerzas Armadas y guiar a los aspirantes en los procesos selectivos



Unos jóvenes reciben información sobre la oferta educativa de las Fuerzas Armadas en la Feria Aula 26, el pasado mes de marzo.

CON el final del curso escolar, muchos jóvenes se enfrentan a una de las decisiones más importantes de su vida: ¿Qué camino voy a tomar?, ¿quiero trabajar o seguir estudiando?... En definitiva, ¿qué quiero ser? Algunos lo tienen claro, otros no tanto, y deben analizar alternativas tan variadas que, en ocasiones, se convierten en una montaña de dudas. Una de estas posibilidades es ingresar en las Fuerzas Armadas. En este campo también hay distintas formas de acceso —como soldado o marinero, como suboficial, como oficial en los diferentes cuerpos—, dependiendo del nivel de estudios, de la edad o de sus capacidades y gustos. Entrar en el mundo militar, por tanto, también genera dudas y para resolverlas, el Ministerio de Defensa, a través del Área de Información y Captación (Infocap) de la Subdirección General de Reclutamiento, dispone de canales para que a nadie le quede ninguna pregunta por contestar.

«Hacemos actividades presenciales —explica el responsable del área, coronel José Ramón Lago—; pero también informamos a través de las redes sociales y del Centro de Control de Reclutamiento (CCR)». Además, la unidad cuenta con el servicio telefónico de información al soldado y marinero, más conocido como Infotropa, para responder a las preguntas que les plantean aquellos que ya forman parte de las Fuerzas Armadas, sean de la escala, cuerpo o ejército que sean.

«Nuestra misión —aclara el coronel— es guiar a los aspirantes hasta su participación en los procesos selectivos y, cuando ya están en las unidades, volvemos a estar con ellos para aclararles sus dudas y para ayudarlos a formarse si quisieran dejar las Fuerzas Armadas y marcharse al mundo civil». «Nuestro fin último —añade— es que las Fuerzas Armadas dispongan del personal que necesitan».

CIENTOS DE LLAMADAS

El CCR recibe diariamente cientos de llamadas telefónicas, sobre todo cuando permanecen abiertos los procesos selectivos, como ahora, que se han ofertado 4.523 plazas del segundo ciclo de tropa y marinería. «Curiosamente, casi el 70 por 100 de las llamadas son de los padres», señala la responsable del centro, la brigada Victoria Gabaldón. «Nosotros les informamos y ellos se lo cuentan a sus hijos que, posteriormente, se ponen en contacto con nosotros».



Personal del servicio telefónico de información al soldado y marinero revisa documentación para resolver una de las dudas planteadas a través de Infotropa.

«Somos un atajo, un acceso rápido, para no tener que leerse el Boletín Oficial donde salen publicadas las convocatorias», añade el cabo primero Pablo Manuel García Moral. «Les guiamos por esa montaña de información que no terminan de entender, aunque yo les recomiendo que se lo lean primero y, después, que vuelvan a llamarnos para aclararles las dudas. No podemos estar mucho tiempo con cada llamada, aunque hay algunas que requieren hasta una hora», puntualiza.

¿Dónde puedo ver todas las plazas?, ¿cuáles son los requisitos para acceder a las Fuerzas Armadas? ¿da igual si soy español o extranjero?, ¿necesito un sistema de identificación digital para solicitar cita previa?... Son algunas de las preguntas más recurrentes de quienes llaman al CCR. También son frecuentes las preguntas sobre el nivel de estudios que deben

acreditar para ingresar, la edad mínima y máxima para acceder, las pruebas que tienen que superar, si existe un límite de peso o estatura para las pruebas, en qué consisten las pruebas médicas, físicas y psicotécnicas o si pueden volver a presentarse en el caso de ser calificados no aptos. Muchos quieren saber también el tiempo que tienen para realizar la inscripción y cómo hacerla, así como por el sueldo que van a cobrar y los complementos retributivos relacionados con el empleo, el puesto y las circunstancias del servicio.

«Cuando alguien nos llama —explica la brigada Gabaldón— le hacemos una serie de preguntas sobre su edad, nivel de estudios acreditados o nacionalidad y, conforme a estos criterios, encaminamos al opositor a las distintas opciones». En el CCR suelen aconsejar el ingreso en las Fuerzas Armadas como militar de tropa y marinería. «Les explicamos todas las ventajas que van a tener, como las opciones de progresar a las escalas de oficiales y suboficiales con plazas de promoción interna, obtener un título de formación profesional de grado medio, tener acceso a más de 340 cursos de formación para el empleo, así como conseguir alguna de las plazas que tienen reservadas para el ingreso en distintas administraciones del Estado, como la Guardia Civil, la Policía Nacional o Renfe», añade.

Estos días, muchos se interesan por la actual oferta de 4.523 plazas de tropa y marinería

El Área de Información y Captación está actualizando su página web para guiar a los interesados de forma más interactiva

Para muchos, estas llamadas o correos electrónicos al CCR, son su primer contacto con las Fuerzas Armadas. «Algunos no conocen nada, solo saben que les gustaría ser militar», comenta la brigada. Por eso, desde el centro tratan de conocer mejor a los posibles aspirantes, interactuar con ellos para sentir cuáles son sus inquietudes y necesidades y así ofrecerles la mejor opción dentro de los ejércitos. «Les guiamos para que vean dónde pueden encajar mejor según sus expectativas, para que se sientan una pieza de este puzzle que son las Fuerzas Armadas», concluye.

Desde aquí se presta un servicio especial a los Cuerpos Comunes, para darles a conocer a la sociedad en general y a los jóvenes en particular. «Los ejércitos y la Armada cuentan con sus propios gabi-

netes de comunicación, pero los Cuerpos Comunes no los tienen —puntualiza el coronel—. Así que divulgamos sus diferentes convocatorias y hacemos campañas específicas sobre aquellos puestos que más se necesitan, como médicos o ingenieros».

Otra vía de información son los numerosos eventos de carácter educativo y profesional que se organizan en toda España, como Aula, el Salón Internacional del Estudiante y de la Oferta Educativa, una feria que se celebra anualmente en Madrid. Forma parte de lo que denominan actividades de reclutamiento presenciales, un área dirigida por el capitán de fragata José Antonio Terrón. «Aula es la mayor ventana que tenemos al público a nivel nacional. Son cinco días intensos de trabajo, pero tenemos una grata respuesta del público», señala. «Muchos de los que visitan nuestro stand en Ifema se sorprenden al conocer todo lo que pueden encontrar en las Fuerzas Armadas. Y es lo que intentamos: darnos a conocer, que vean que tienen una opción más de futuro, que valoren la formación de calidad que les podemos ofrecer», añade.

En estos eventos también participan alumnos de las academias militares. «Intentamos ser cercanos a un público joven, por eso es bueno que les hable, por ejemplo, un guardiamarina, y les cuente de primera mano lo que se van a encontrar si ingresan en la Armada».

El Área de Información y Captación trabaja muy estrechamente con las Subdelegaciones de Defensa distribuidas por todas las provincias españolas. «Nos proponen muchas actividades, y si vemos que el público es el más adecuado para recibir nuestra información, hacemos un estudio económico, programamos, coordinamos y planificamos la actividad».

REDES SOCIALES

A algunos jóvenes les cuesta llamar por teléfono y se sienten mucho más cómodos comunicándose a través de las posibilidades que ofrece Internet. Por eso, dentro del Área de Información y Captación existe un departamento dedicado a las redes sociales que, además, gestiona la web de reclutamiento y el concurso anual Carta a un Militar Español.



> BRIGADA VICTORIA GABALDÓN

Durante los procesos de selección, recibimos unas 120 llamadas al día

«Estamos impulsando las redes, formando un equipo cada vez más grande. De momento, trabajamos con X, Youtube y Facebook, pero no descartamos ir más allá», señala el coronel Lago. Al frente de este departamento está el comandante Miguel Molina. «Tenemos que llegar a los jóvenes a través de las redes sociales que más utilizan. Eso implicaría meter información continuamente, hemos empezado a hacer vídeos cortos y tenemos muchísimas ideas, como enviar, de manera continua, mensajes cortos, tipo *youtuber*. Ese es el camino, vídeos cortos y directos. Hay que colgar en las redes contenido que aporte; y contenido, desde luego, tenemos».

Con el comandante Molina colabora, durante su activación, el reservista voluntario Rubén Gil. Es periodista y trabaja como



> CAPITÁN DE FRAGATA
JOSÉ ANTONIO TERRÓN

Damos a conocer la formación de calidad que ofrecen las Fuerzas Armadas

redactor de informativos en Telemadrid. «Siempre quise formar parte de esta gran familia que son las Fuerzas Armadas. Aquí es donde más a gusto me encuentro, porque puedo echar una mano y conseguir que lo que yo siento, también lo sientan otros, que aquellos que quieran conocer este mundo, sepan cómo pueden hacerlo. Hay muchas unidades y un montón de posibilidades». Su condición de reservista voluntario también despierta el interés de sus compañeros de redacción. «Me preguntan por todo lo relacionado con los ejércitos».

En ese afán por llegar cada vez a más jóvenes, el Área de Información y Captación trabaja para mejorar las prestaciones de su página web. Una de las novedades previstas es una herramienta interactiva que guiará a cualquier persona interesada en ser militar. «La página le hará una serie de preguntas, como su edad, su nivel de estudios, de idiomas... A partir de esa información, el sistema le mostrará las diferentes opciones de acceso que mejor se adapten a su perfil. Una vez seleccionada la alternativa que más le interese, accederá directamente a la convocatoria correspondiente. Si esta no estu-

viera abierta en ese momento, la plataforma le remitirá a nuestro teléfono de información o al servicio de WhatsApp que también estamos desarrollando para mantenerle informado», explica el coronel Lago.

Otra vía que se quiere establecer es que si el interesado lo tiene claro y selecciona, por ejemplo, que quiere ser oficial de la Armada, la página le dirá todo lo que tiene que hacer para conseguirlo. «Va a ser algo muy operativo —afirma el jefe de Infocap—. Ya lo tenemos diseñado y ahora será el CESTIC (Centro de Sistemas y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) el que nos permita implementarlo».

INFOTROPA

El Servicio Telefónico de Información al Soldado y Marinero, más conocido como Infotropa, nació en 1994, cuando existía el Servicio Militar, para aclarar dudas a los soldados de remplazo. Cuando se puso en marcha la tropa profesional, el servicio se adaptó para asesorar a todos los militares, sean de la escala que sean. El pasado año recibió 6.547 llamadas para pedir información, sobre todo, de temas relacionados con la conciliación familiar, los permisos, vacaciones, destinos y ascensos.

La unidad depende funcionalmente de la Subdirección de Reclutamiento, pero está formada por personal de los ejércitos y la Armada. Actualmente, hay dos militares del Ejército de Tierra, uno de la Armada y otro del Ejército del Aire y del Espacio. Esta unidad sirve de filtro a las secciones de orientación que existen en los respectivos Cuarteles Generales y al Observatorio Militar para la Igualdad entre Mujeres y Hombres del Ministerio de Defensa. «Ellos no pueden atender a todo el mundo que llame por temas menores. Nosotros damos una información directa, rápida y eficaz. Pero si es algo más específico, siempre les consultamos», explica el responsable de la unidad, subteniente Jesús Jara.

Aunque sus respuestas no son vinculantes, los casos que les llegan pueden influir, de alguna manera, en la legislación. «Hace poco salió una resolución de destinos y hubo un grupo de personas que no estaba de acuerdo —recuerda—. El caso concreto era que, según la normativa, cuando un militar está haciendo el curso de cabo, no puede pedir vacante. Pero los que hicieron el examen, y sabían que iban a suspender, la pidieron. En la normativa no estaba muy claro cuando acababa esa



> SUBTENIENTE JESÚS JARA

Damos una información directa, rápida y eficaz

prohibición, así que nosotros se lo expusimos a nuestro Mando de Personal y esa resolución se anuló».

La tropa conoce bien este servicio. «Hay unidades que nos llaman más —explica—. Y no es porque tengan más dudas o problemas que otras, simplemente, nos conocen más». No atienden quejas, «pero si alguien quiere presentar alguna, nosotros les explicamos como hacerlo», concluye el subteniente.

Elena Tarilonte

Fotos: Hélène Gicquel



> COMANDANTE MIGUEL MOLINA

Queremos llegar a través de más redes sociales

Todas las vías para informarse

- > Teléfono del CCR: 91 308 97 98
- > Correo electrónico: centro_contacto_reclutamiento@mde.es
- > Página web: reclutamiento.defensa.gob.es
- > Youtube: [reclutamientoES](https://www.youtube.com/reclutamientoES)
- > Teléfono Infotropa: 91 516 53 26