

Labora afronta els reptes del mercat de treball en la Comunitat Valenciana amb una nova imatge que reflecteix els seus valors

Labora, l'organisme de la Generalitat que treballa per a oferir oportunitats laborals a les persones desocupades està immersa en una profunda transformació per a afrontar i respondre als reptes del mercat de treball en la Comunitat Valenciana.

Fruit d'eixe canvi, Labora està fent un canvi en la seua identitat amb l'objectiu d'oferir una imatge més d'acord amb el context sociolaboral actual i oferir uns servicis més pròxims a la ciutadania centrats en millorar el benestar de totes les personas.

Labora actua de pont entre les persones que busquen una ocupació i les empreses que busquen nou personal. A través de puntlabora.gva.es la ciutadania pot optar llocs de treball de manera fàcil i intuïtiva. En l'actualitat Labora oferix en el seu portal d'ocupació més de 2.000 ofertes de treball.

Però no sols ofertes de treball, Labora oferix a les persones que vulguen optar a un nou rumb laboral importants incentius. Així, en els seus [54 Espais Labora](#) s'oferixen diàriament xarrades i tallers pràctics sobre com fer entrevistes de treball, elaborar currículums...

La formació s'ha demostrat com la millor ferramenta per a millorar l'ocupabilitat de les persones. Per eixa raó, des de Labora s'ha llançat una important oferta de formació amb més de 1.500 cursos gratuïts. Enguany quasi 20.000 persones es formaran en alguna de les matèries més demandades pel teixit productiu de la Comunitat Valenciana.

D'altra banda, Labora oferix a les empreses de la Comunitat Valenciana un important suport per a impulsar el seu desenrotllament. On equip d'experts format en les necessitats de l'empresariat valencià brinda un assessorament personalitzat perquè les empreses valencianes impulsen el seu negoci.

CANVI D'IMATGE

La nova identitat corporativa de Labora té diferents objectius. Per una part pretén aclarir la seua condició de servici públic a més de reflectir els seus valors al llarg de tota la seua comunicació. D'altra banda busca enfortir la identitat verbal proposant un to per als seus missatges i una estratègia a llarg termini. Finalment té la intenció d'organitzar i estructurar de les diferents activitats que realitza.

La proposta es construïx sobre la idea que si lo que fa Labora és important, la seua manera de comunicar-ho hauria de reflectir la mateixa importància. Per això s'ha donat prioritat a la claredat, l'honestedat i l'empatia. A Labora li representa el negre sobre blanc, però usa una paleta de colors per a organitzar i comunicar millor els seus 4 servicis. Parla de persona a persona, amb un llenguatge directe i pròxim, sense segones lectures. Només usa els elements essencials en cada ocasió per a minimitzar el soroll, la qual cosa dona importància a lus missatges i molta presència a la tipografia. La identitat requerix de l'ús de fotografies pròpies, en resposta a esta nova adreça que vol acostar la marca a totes les persones, sense filtres ni recursos publicitaris, expressant el seu veritable caràcter i potencial.

Esta renovació també inclou el canvi de logo. L'ús de les minúscules i la incorporació d'un símbol busca fer-lo més pròxim, recognoscible i amb un tall més afí a la clàssica imatge institucional. Consistix en 3 "eles", una per província, que es reuniten en forma d'engranatge, generant un signe amb personalitat i obert a interpretacions. Disposa de dos versions, una amb el nom comercial i una altra amb la denominació completa, encoratjant l'ús de totes les seues parts (Símbol, nom comercial, denominació) per separat, aconseguint una identitat més dinàmica i menys repetitiva.