

MANUAL DE ESTILO  
DE LA MARCA  
**GUSTO DEL SUR**

# ÍNDICE

## **1. INTRODUCCIÓN**

- 1.1 Para qué es este manual
- 1.2 Qué es el manual
- 1.3 Cómo utilizar el manual
- 1.4 Punto de partida
- 1.5 Públicos

## **2. ESTRATEGIA DE MARCA**

- 2.1 Marca. Logotipo y *namings*
- 2.2 Posicionamiento de marca
- 2.3 Ejes de posicionamiento de marca
- 2.4 Propósito
- 2.5 Visión / Misión
- 2.6 Valores
  - 2.6.1 Valores racionales
  - 2.6.2 Valores emocionales
  - 2.6.3 Valores asociados
- 2.7 Personalidad

## **3. IDENTIDAD VERBAL**

- 3.1 Introducción
- 3.2 Lema general
- 3.3 Lema en Inglés
- 3.4 Tono de voz
- 3.5 Cómo hablamos
- 3.6 Lenguaje / Narrativa. Qué decimos
  - 3.6.1 Mensajes genéricos
  - 3.6.2 Descripción institucional
  - 3.6.3 Descripción popular
  - 3.6.4 Mensajes por públicos
- 3.7 Puntos clave en la redacción
- 3.8 Aplicación del estilo en los elementos principales de comunicación

## **4. IDENTIDAD VISUAL**

- 4.1 Logotipo
  - 4.1.1 Sello de calidad Gusto del Sur
  - 4.1.2 Marca promocional Gusto del Sur
  - 4.1.3 Aplicaciones comunes del logotipo Gusto del Sur
- 4.2 Estilo gráfico
  - 4.2.1 Tipografías
  - 4.2.2 Colores
  - 4.2.3 Estilo fotográfico
  - 4.2.4 Pattern
- 4.3 Aplicaciones promocionales



# INTRODUCCIÓN

1



## 1. INTRODUCCIÓN

# 1.1 PARA QUÉ ES ESTE MANUAL

El presente **manual de estilo de comunicación** tiene como objetivo dotar a GUSTO DEL SUR de una identidad corporativa propia que permita identificar de forma inequívoca a la marca en todas las comunicaciones.

Está compuesto, a su vez, de dos manuales:

**Manual de identidad verbal.**

**Manual de identidad visual.**

Este manual de estilo de comunicación se ha creado para construir una marca coherente en todos los puntos de contacto con sus públicos, una guía que nos ayuda a garantizar que los

elementos que conforman la identidad se apliquen de forma correcta en todos los mensajes.

En lo que atañe al manual visual, es crucial destacar la convivencia de dos roles de Gusto del Sur. GUSTO DEL SUR cumple una doble función:

Como Sello de Calidad.

Como Marca.

Adicionalmente, en cada una de estas funciones, se presentan múltiples variantes que enriquecen su presentación y versatilidad.

### CLARIFICAR



Este manual es una herramienta esencial para aclarar cualquier tipo de duda.

### GARANTIZAR



Este manual es una herramienta esencial para asegurar la coherencia y la correcta aplicación del sistema visual y verbal de la marca agroalimentaria.

### INSPIRAR



Este manual es una herramienta esencial para sugerir ideas creadoras dentro de los límites marcados.

## 1. INTRODUCCIÓN

# 1.2 QUÉ ES EL MANUAL

**Cuando hablamos de identidad de marca se suele distinguir entre identidad visual e identidad verbal.**

La **identidad visual** hace referencia al conjunto de signos y elementos gráficos que identifican una marca y la diferencian de otras: su logotipo, los colores corporativos, la tipografía o su banco de imágenes (ilustraciones y fotografías) y todas sus posibles aplicaciones en la papelería, la señalética, las publicaciones, los soportes audiovisuales, interactivos, etc.

En cambio, cuando hablamos de **identidad verbal** nos referimos al lenguaje, al conjunto de expresiones orales y escritas que utiliza una marca, tanto en su comunicación interna, como en la externa. Comprende todo el discurso que genera la marca, todo aquello que la marca transmite a sus públicos a través de la expresión verbal.

Tan importante como la identidad visual es la identidad verbal de la marca.

La gestión estratégica del lenguaje verbal de las marcas (*branding verbal*) es un elemento necesario para construir marcas diferenciadas y consistentes.

## 1. INTRODUCCIÓN

# 1.3 CÓMO UTILIZAR EL MANUAL

- Lea detenidamente el manual de estilo de comunicación. Empiece por la estrategia de marca para una aproximación general: **el posicionamiento, visión, misión, valores y personalidad de la marca.**
- Determine el público de la información que debe dar. Revise si el contenido genérico de la información al público seleccionado se corresponde a la información que debe transmitirse.
- Para definir la marca, seleccione una de las fórmulas descritas. Al finalizar el texto, compruebe con el *check list* si se está teniendo en cuenta la identidad verbal de la marca.
- Para utilizar correctamente el manual visual debemos saber que la marca tiene una doble función. Lo primero que nos debemos preguntar al aplicar el logotipo es la función para la que queremos utilizar la marca:
  - Gusto del Sur como sello de calidad. Nos hemos de ir a las aplicaciones previstas para esta finalidad.
  - Gusto del Sur como marca paraguas de la promoción agroalimentaria andaluza. Nos hemos de basar en las aplicaciones previstas para esta finalidad.

## 1. INTRODUCCIÓN

# 1.4 PUNTO DE PARTIDA

## QUÉ ES

En el año 2017, se crea la marca promocional Gusto del Sur para la promoción de los productos agroalimentarios y pesqueros de Andalucía. Esta marca toma un nuevo rumbo en 2023 y evoluciona hacia una marca de calidad, sustituyendo a Calidad Certificada, la anterior marca de certificación de Andalucía.

Una **marca institucional** que imprime un aire renovado y actual a la diferenciación en los mercados de la calidad distintiva andaluza y que va un paso más allá de garantizar la calidad y sus características diferenciales.

## QUÉ QUIERE SER

**Marca de calidad y garantía.** Gusto del Sur es la nueva marca de calidad alimentaria de Andalucía que identifica a nuestros productos agroalimentarios de calidad garantizada.

Se comporta como un sello de calidad para identificar los productos con certificación de calidad. Ayuda a los consumidores a reconocer y apreciar nuestros productos de calidad para que los consuman como solo se disfrutan en el Sur. Con Gusto del Sur damos respuesta a las nuevas exigencias de los consumidores actuales y a la sostenibilidad del sector. **Es la punta de lanza** que pone en valor **nuestros alimentos de calidad de Andalucía** en todos los mercados.

Es una marca que la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la **Junta de Andalucía** pone al servicio del sector agroalimentario. Para que juntos continuemos siendo **la región referente en alimentos y bebidas de calidad**. Y lo **compartamos** con todos.

## 1. INTRODUCCIÓN

## 1.5 PÚBLICOS

## AGROINDUSTRIA ALIMENTARIA

## CONSUMIDORES

## DISTRIBUCIÓN

## DESCRIPCIÓN ¿QUIÉNES SON?

Engloba todos los agentes andaluces relacionados con la producción y la industria de productos agroalimentarios. Incluye la agricultura, la ganadería y la pesca.

## OBJETIVOS

- Dar a conocer la marca como marca de calidad: instrumento al servicio del sector, marca una diferencia que ayuda a vender y a tener más margen.
- Captación de empresas: informar de los beneficios clave: aumenta las ventas y simplifica la elección del consumidor.
- Poner en valor la agroalimentación: fomentar la producción y comercialización de productos de calidad. Sostenibilidad del sector.
- Despertar el orgullo.

## DESCRIPCIÓN ¿QUIÉNES SON?

**Consumidor autonómico y nacional:** consumidor/a final, en especial responsables de la compra del hogar. Todo el territorio a nivel autonómico andaluz (urbano y rural), y nacional.

**Consumidor internacional:** turistas y/o consumidores de otros países.

## OBJETIVOS

- Dar a conocer la marca Gusto del Sur como marca de calidad vinculada a calidad garantizada y a Andalucía.
- Poner en valor la agroalimentación en Andalucía entre toda la población: reconocer el origen como valor. Cultura alimentaria.
- Despertar el orgullo y el consumo interno en el ámbito Andalucía: contribuir a la imagen de región.

## DESCRIPCIÓN ¿QUIÉNES SON?

El eslabón de la cadena agroalimentaria que facilita la comercialización de los alimentos y al mismo tiempo pone en contacto al sector productor e industrial con los consumidores.

## OBJETIVOS

- Dar a conocer la marca como marca de calidad.
- Centralizar toda la promoción agroalimentaria pública de Andalucía en una única marca.
- Fomentar la producción y comercialización de productos de calidad. Sostenibilidad del sector.



## 1. INTRODUCCIÓN

## 1.5 PÚBLICOS

## PÚBLICO INTERNO

## DESCRIPCIÓN ¿QUIÉNES SON?

Miembros de la administración de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural y cualquier otro organismo público.

## OBJETIVOS

- Dar a conocer la marca como marca de calidad: calidad diferenciada con el aval de la Junta de Andalucía.
- Centralizar toda la promoción agroalimentaria pública de Andalucía en una única marca.
- Visualizar el firme compromiso de la Consejería-Junta de Andalucía por apoyar, invertir y fortalecer uno de los sectores más dinámicos de la economía andaluza.

## OPINIÓN PÚBLICA

## DESCRIPCIÓN ¿QUIÉNES SON?

Opinión pública, es decir, personas o personalidades que cuentan con cierto grado de prestigio y credibilidad sobre el sector agroalimentario y que tienen la habilidad de influir en un determinado público cuando comparte su opinión o valoración.

## OBJETIVOS

- Dar a conocer la marca Gusto del Sur como marca de calidad vinculada a calidad garantizada y a Andalucía.
- Promover su significado: ayuda al consumidor en su decisión de compra.
- Despertar el orgullo: querer pertenecer/consumir/prescribir productos que lleven la marca.

## INFLUENCERS / PRESCRIPTORES

## DESCRIPCIÓN ¿QUIÉNES SON?

Los prescriptores son personas o figuras reconocidas en un campo específico que tienen un alto nivel de conocimiento y autoridad en ese ámbito.

Los *influencers* son personas con una presencia activa en redes sociales que cuentan con seguidores en canales digitales y que a través de la creación de contenidos son capaces de atraer la atención. Normalmente, en la creación de contenidos patrocinados hay una transacción económica.

La principal diferencia entre *influencers* y prescriptores radica en el enfoque de su influencia. Los *influencers* se centran en construir una audiencia en línea y generar interacción y confianza con su comunidad, mientras que los prescriptores se basan en su experiencia y credibilidad en un campo específico.

## OBJETIVOS

- Dar a conocer la marca Gusto del Sur como marca de calidad vinculada a calidad garantizada y a Andalucía.
- Promover su significado: ayuda al consumidor en su decisión de compra.
- Despertar el orgullo: querer pertenecer/consumir/prescribir productos que lleven la marca.



**ESTRATEGIA  
DE MARCA**

**2**

## 2. ESTRATEGIA DE MARCA

# 2.1 MARCA. LOGOTIPO Y NAMING

### ○ NAMING

El *naming* no es descriptivo, es emocional.

### ○ EL NOMBRE DE LA MARCA

- La forma correcta de escribir la marca es Gusto del Sur es decir, con mayúsculas la primera letra de cada palabra.
- Cuando se cita el nombre de la marca, nunca va precedido del artículo “el”: el Gusto del Sur.

### ○ SE VERBALIZA GUSTO

Aunque el gusto es un sentido vinculado estrechamente a la alimentación en esta ocasión va más allá, refiriéndose en un sentido más amplio siguiendo otras acepciones de la RAE como “Placer o deleite que se experimenta con algún motivo, o se recibe de cualquier cosa”. En definitiva, se refiere a apreciar el Sur.

### ○ SUR

Ayuda a situar territorialmente la marca de calidad.



gusto  
del Sur

### ○ EL COLOR VERDE

El color verde atribuye a la marca un aspecto fresco, saludable, sostenible y muy en consonancia con la imagen corporativa de la comunidad autónoma.

### ○ ESTRELLA

La **estrella interior representa al sol** que ilumina nuestros productos agroalimentarios y pesqueros.

Además, hace alusión al **asterisco de distinción** que se utiliza en muchas ocasiones para poner en relieve cualquier aspecto que queremos destacar.

Compuesto por una estrella de 8 puntas, que evoca a las **8 provincias de Andalucía** y que podemos encontrar en numerosos lugares de tradición histórica, representando nuestra cultura ancestral. Las puntas son redondeadas, dotando al logo de un carácter amable y cercano.

Completando el logotipo, la **grafía manuscrita** aporta un toque de modernidad ya que nace para dar respuesta a las necesidades y exigencias del consumidor actual y para acompañar al sector en el futuro.

## 2. ESTRATEGIA DE MARCA

# 2.2 POSICIONAMIENTO DE MARCA

CÓMO DEBERÍA SER PERCIBIDA

## Una **GRAN** marca que representa a un **GRAN** sector, en el ahora y en el mañana.

Gusto del Sur es la marca encargada de representar el liderazgo de Andalucía en el sector agroalimentario y su gran valor porque Andalucía es la región española líder en agroalimentación representando el 20,4% del sector agrario.

Además, lidera la exportación ya que casi el 41% de los bienes producidos se exportan.

En la región existe una gran variedad y riqueza agroalimentaria la cual forma parte de su cultura y su patrimonio: tenemos una manera de producir productos, una cultura alimentaria, un *know how* y una manera de compartir alimentos.

Esa variedad y riqueza se constata en la gran cantidad de figuras de calidad diferenciada existentes en la región. Andalucía cuenta con 67 denominaciones de calidad diferenciada entre las que se encuentran desde Denominación de Origen Protegida (DOP), Indicación Geográfica Protegida (IGP) y Especialidad Tradicional Garantizada (ETG), hasta agricultura ecológica, producción integrada, artesanía alimentaria, etc., convirtiéndose en una de las regiones con mayor número de figuras de calidad de la Unión Europea.

Por último, contamos con una amplia distribución alimentaria y del canal HORECA liderando la categoría: el 19,5% de los locales minoristas, 20% de locales especializados, un 18% de los bares, restaurantes y plaza hoteleras de España.

Fuente: Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural. Junta de Andalucía

## 2. ESTRATEGIA DE MARCA

### 2.3 EJES DE POSICIONAMIENTO DE MARCA

1

#### **LA CALIDAD DEFINE NUESTROS PRODUCTOS**

Es un argumento racional del posicionamiento.

LOS PRODUCTOS DE ANDALUCÍA tienen una calidad reconocida y deseada por los consumidores.

2

#### **ANDALUCÍA LOS UNE**

Productos de ANDALUCÍA, y el saber hacer de quien los trabaja, los ANDALUCES.

3

#### **y el saber vivir LOS DIFERENCIA**

Si hay un sitio en el mundo asociado a la pasión, alegría y saber vivir... ese es ANDALUCÍA.

2. ESTRATEGIA DE MARCA

## 2.4 PROPÓSITO

POR QUÉ EXISTIMOS

**PARA DOTAR A LOS PRODUCTOS  
AGROALIMENTARIOS ANDALUCES DE  
CALIDAD DE UNA MARCA CERTIFICADORA  
QUE LOS PONGA EN VALOR  
Y LOS DIFERENCIE**

## 2. ESTRATEGIA DE MARCA

# 2.5 VISIÓN

### A DÓNDE QUEREMOS LLEGAR

- Gusto del Sur quiere ser la marca que impulse el sector agroalimentario andaluz para convertirse en la más valorada, querida y elegida por los consumidores.

# MISIÓN

### CÓMO QUEREMOS LLEGAR

- Este sello identifica los productos de calidad diferenciada andaluces mediante un distintivo en los envases para que la industria agroalimentaria ponga en valor sus productos y permite que los consumidores puedan reconocerlos, incorporarlos a su mesa y disfrutarlos como solo se hace en Andalucía.

## 2. ESTRATEGIA DE MARCA

# 2.6 VALORES

Los valores definen el modo en que la marca se debe comportar y se deben reflejar en todas las actuaciones de Gusto del Sur. A continuación describimos los valores diferenciadores que expresan la personalidad de la marca Gusto del Sur.

### RACIONALES

- CALIDAD DIFERENCIADA
- ORIGEN / PROCEDENCIA
- VARIEDAD / DIVERSIDAD

### EMOCIONALES

- ORGULLO
- PRESTIGIO
- SABER HACER
- EL SUR COMO ESTILO DE VIDA (ALEGRÍA)

### ASOCIADOS

- AUTENTICIDAD
- GARANTÍA
- CREDIBILIDAD



## 2. ESTRATEGIA DE MARCA

### 2.6.1 VALORES RACIONALES

- **CALIDAD DIFERENCIADA:** Gusto de Sur es la marca que garantiza la calidad de los productos a través del cumplimiento de unos estándares establecidos por la Junta de Andalucía. Es un sello de certificación que va a estar presente en los envases de los productos.
- **ORIGEN / PROCEDENCIA:** uno de los principales atributos que más valor aportan a los productos de Gusto del Sur es su origen, Andalucía.
- **VARIEDAD / DIVERSIDAD:** la gran marca de calidad representa a toda la realidad agroalimentaria andaluza. Es decir, representa a la gama completa de productos andaluces, a todos los sectores y subsectores agroalimentarios y actúa a su vez como marca paraguas para el resto de marcas de calidad alimentarias y otros supuestos de calidad diferenciada. Andalucía cuenta con más de 67 marcas de calidad diferenciadas reconocidas.

Una marca promovida por la Junta de Andalucía por tanto es una marca andaluza y es esta marca territorio la que permite asociarla a los valores específicos y característicos de la región: alegría, estilo de vida, el saber hacer, la buena mesa...

## 2. ESTRATEGIA DE MARCA

### 2.6.2 VALORES EMOCIONALES. La marca Gusto del Sur no solo informa, emociona utilizando la identidad andaluza.

- **ORGULLO:** una marca querida tanto por el sector como por el consumidor. Que represente el orgullo de querer pertenecer, consumir, prescribir productos que lleven la marca. Somos todos coprotagonistas.
- **PRESTIGIO:** representamos la rica cultura gastronómica que ha llegado a nuestros días gracias al modo de cultivar los productos, la calidad de nuestros alimentos y bebidas, el modo de combinar tradición e innovación y que ha hecho posible que seamos una región líder en agroalimentación.
- **SABER HACER:** Andalucía tiene una gran tradición agrícola y pesquera que se ha transmitido de generación en generación.

Los agricultores, pescadores, productores... de la región han perfeccionado sus técnicas y conocimientos a lo largo del tiempo. Nuestra labor es poner en valor Andalucía y su manera de producir productos, su cultura alimentaria, su *know how* y su manera de compartir alimentos.

- **EL SUR COMO ESTILO DE VIDA (ALEGRÍA):** la alegría es uno de los rasgos característicos con los que se percibe culturalmente a Andalucía. Nuestro es un estilo de vida al aire libre que propicia un ambiente más relajado y festivo, un ritmo de vida más pausado y un disfrutar de la vida con más calma, valorando las relaciones personales, el ocio y, por supuesto, la gastronomía.

## 2. ESTRATEGIA DE MARCA

### 2.6.3 VALORES ASOCIADOS. Algunos de los valores están asociados a la categoría de marca pública.

- **AUTENTICIDAD.GARANTÍA.CREDIBILIDAD:**  
Al ser una marca pública promovida por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural (Junta de Andalucía) Gusto del Sur lleva asociados atributos de autenticidad, garantía y calidad.

Ofrecemos en el mercado una marca con unos requisitos y controles de calidad previos a su disposición en el lineal de compra y una marca aprobada por la Unión Europea para obtener la compatibilidad con las figuras de calidad diferenciada europeas.

Esto nos convierte en una marca de confianza para el sector, un sello de garantía para todo el sector agroalimentario y la sociedad en general.

## 2. ESTRATEGIA DE MARCA

# 2.7 PERSONALIDAD

Hacemos un paralelismo entre marca y persona. Habiendo definido unos valores, trasladamos estos valores en rasgos de personalidad. Este paralelismo hace más fácil la comprensión de cómo es y cómo se expresa la marca.

La personalidad dicta el estilo de nuestra marca, sugiere una forma de expresarnos, un tono de voz especial y diferente y una apariencia fácilmente reconocible y memorable, coherente con la idea y los valores de la marca.

**ACTUAL**

**ABIERTA A LA INNOVACIÓN**

**CONECTADA CON EL SECTOR Y LA SOCIEDAD**

MARCA RESPALDADA POR  
EXPERIENCIA, CALIDAD Y  
AUTENTICIDAD EN EL SECTOR.



**PASADO**

CONECTADA CON EL PRESENTE,  
EN CONTACTO CON EL SECTOR Y  
LA SOCIEDAD



**PRESENTE**

ABIERTA A LOS CAMBIOS  
Y MEJORAS



**FUTURO**



UB



**IDENTIDAD  
VERBAL**

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.1 INTRODUCCIÓN

**El manual de identidad verbal** hace referencia al lenguaje, al conjunto de expresiones orales y escritas que utiliza una marca, tanto en su comunicación interna, como en la externa.

Comprende todo el discurso que genera la marca, todo aquello que la marca transmite a sus públicos a través de la expresión verbal.

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.2 LEMA GENERAL

La marca Gusto del Sur está acompañada de un claim descriptivo pero construido desde una perspectiva emocional. Se redacta personificando la marca y enfatizando el verbo ser.

ES CALIDAD  
ES ANDALUCÍA

Elegir estos productos es elegir calidad y elegir Andalucía.  
**Una propuesta de valor para SENTIR ANDALUCÍA a través de sus alimentos y bebidas.**

Elegir productos de origen Andalucía supone **apostar** no solo por la calidad garantizada, **sin por el valor intrínseco que aporta el disfrute de consumirlos.**

ES CALIDAD.  
ES ANDALUCÍA.

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.2 LEMA GENERAL

- El lema de GUSTO DEL SUR resume y complementa al *naming* de la marca.
- Forma parte de la identidad de marca y ayuda identificar, delimitar e informar sobre qué es GUSTO DEL SUR.
- Es una frase muy breve pero poderosa que debe conectar de forma rápida y sencilla con nuestras audiencias.
- A diferencia de un eslogan, se crea para acompañar a la marca de forma indefinida y así responder a su visión estratégica a largo plazo.
- Es recomendable utilizar la marca con el lema en las aplicaciones de comunicación de GUSTO DEL SUR cuando actúe como sello de calidad.
- En casos específicos donde se presente la marca como elemento aislado y/o fuera de cualquier material de comunicación, se podrá utilizar el logotipo sin lema. Consultar las versiones del logotipo en el manual visual.



gusto  
del Sur

ES CALIDAD.  
ES ANDALUCÍA.



### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.2 LEMA GENERAL

### ES CALIDAD

Término que hace referencia a las características inherentes a los productos agroalimentarios que cumplen una serie de requisitos y que permite apreciarlos con respecto a los restantes de su competencia. Es una forma de expresar la superioridad o excelencia.



**gusto**  
del **Sur**

ES CALIDAD.  
ES ANDALUCÍA.

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.2 LEMA GENERAL

### ES ANDALUCÍA

La importancia de la marca territorio para situar y apropiarnos de los atributos característicos de la región: alegría, estilo de vida, el saber hacer, la buena mesa, compartir, disfrutarlos...



gusto  
del Sur

ES CALIDAD.

ES ANDALUCÍA.

**Andalucía es un valor de marca que vende.** Su posicionamiento como marca región es relevante y sólido, y representa atributos positivos y deseados por los consumidores.

Nuestro territorio de marca es Andalucía, y sus valores diferenciales nos pertenecen. Andalucía goza de un posicionamiento como región muy poderoso y en auge. Contiene roles diferenciados frente a otros territorios y representa de manera directa todos los valores de la marca España a nivel internacional.

La consistencia de una marca se mide por la capacidad de ser percibida de manera diferenciada por sus públicos, y Andalucía posee un posicionamiento muy firme, reconocible y reconocido por todos: **el lugar donde se sabe vivir la vida.** Y comer es uno de los mejores referentes de cómo se disfruta la vida.

**Andalucía siempre se desea.**

**Andalucía siempre apetece.**

**Porque sabes que siempre te va a dar lo mejor.**

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.3 LEMA EN INGLÉS



**gusto  
del Sur**

ES CALIDAD.  
ES ANDALUCÍA.

Versión español



**gusto  
del Sur**

IT'S QUALITY.  
IT'S ANDALUCÍA.

Versión inglés

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.4 TONO DE VOZ

El tono de voz hace referencia a CÓMO decimos lo que queremos decir.

Es la forma que tiene Gusto del Sur de expresarse, relacionarse e interactuar con su entorno y sus grupos de interés, en cada situación.

Es tan importante como definir el *naming* o la identidad gráfica, ya que marca el imaginario que los públicos se hacen de nosotros.

Las siguientes pautas de tono de voz son la guía que permite que Gusto del Sur hable con una única voz en todos sus puntos de contacto, canales y países.

Estas pautas son un reflejo de lo que somos, de lo que hacemos y de lo que creemos.

Buscamos que cuando nos lean piensen eso de “esto es muy Gusto del Sur”. Las pautas del tono de voz están ligadas a los valores y personalidad de la marca.

## 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.5 CÓMO HABLAMOS

- **FORMAL**

Hablamos formalmente: somos la voz de la marca de calidad de Andalucía, la que garantiza unos estándares, aplica las normas certificadoras y representa el patrimonio y la cultura del sector alimentario.

- **ALEGRE**

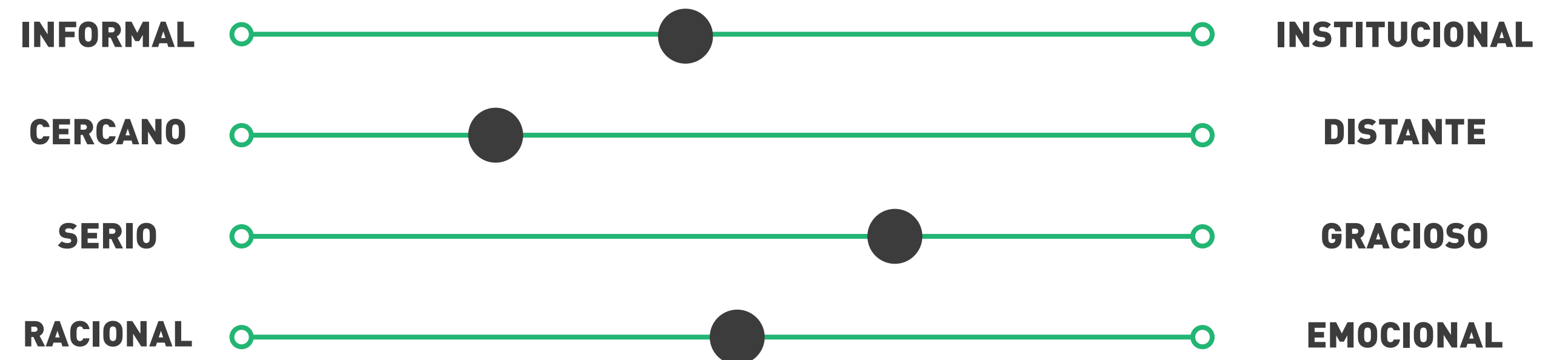
Aunque seamos la voz de la institución, no podemos olvidar que la componen personas andaluzas: alegres, cercanas y naturales pero sin abusar del coloquialismo ni del sentido del humor (huimos del estereotipo del andaluz gracioso).

- **DE CONFIANZA**

No somos amigos ni vecinos, pero queremos mostrar una comunicación de confianza, de credibilidad.

- **EMOCIONALES**

Ante todo estamos orgullosos de nuestros productos, por eso siempre acompañamos la información racional con recursos emocionales, para no sonar demasiado fríos.



### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6 LENGUAJE / NARRATIVA

### QUÉ DECIMOS

- Somos una región con prestigio. Representamos el conocimiento, los siglos de tradición y el saber hacer. **Comunicamos estando bien informados y siendo concisos, mostrando datos, exponiendo hechos.**
- Aunque nuestro sector esté lleno de tecnicismos, intentamos transmitir una **información simplificada, fácilmente entendible.**
- Somos la voz que representa una gran variedad. **Gusto del Sur toma la iniciativa pero sin olvidar que somos inclusivos** y aglutinamos todas las marcas de calidad alimentaria y otros supuestos de calidad diferenciada.

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.1 MENSAJES GENÉRICOS

Proponemos distintos tipos de descripciones sobre GUSTO DEL SUR:

- **a) Descripción institucional:**

Versión extendida.

Versión reducida.

Versión mínima.

- **b) Descripción “popular”:**

Versión extendida.

Versión reducida.

Siempre que el material en sí lo permita, debe ir la descripción en su versión extendida (por ejemplo en un dossier de prensa, memoria, notas de prensa, informes, definición en la web de la Consejería, etc.), mientras que la versión reducida puede utilizarse para materiales de extensión corta (p. Ej. web, folletos, ppt) y la mínima en aquellas comunicaciones en las que siempre se va a colocar una brevísima definición (p.ej. firma de mail).

Recomendamos en los materiales informativos/divulgativos que lleguen a la opinión pública y a la Cadena Alimentaria utilizar un lenguaje sencillo, cercano y comprensible usando la versión “popular”.

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.2 DESCRIPCIÓN INSTITUCIONAL

### Versión extendida

Gusto del Sur es la marca de Andalucía que identifica a los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces de calidad diferenciada.

Es propiedad de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural y tiene como finalidad impulsar una gran marca regional valorada y reconocida, que garantice la calidad diferenciada de los productos andaluces, fortalezca y mejore la competitividad del sector y favorezca su comercialización e internacionalización.

El sello de calidad Gusto del Sur representa a toda la realidad agroalimentaria andaluza, a distintos sectores y a todos los alimentos y bebidas andaluces. Actúa a su vez como marca paraguas para el resto de marcas de calidad alimentarias y otros supuestos de calidad diferenciada por lo que, además de garantizar la calidad, actúa como marca promocional fortaleciendo la comunicación de los productos a través de un único sello en todos los mercados.

El Consejo de Gobierno ha aprobado el Decreto de regulación de la marca de calidad agroalimentaria. A Gusto del Sur podrán acogerse productos enmarcados bajo las Denominaciones de Origen Protegida (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), Especiales Tradicionales Garantizadas (ETG), productos artesanos, productos de producción ecológica e integrada, pro-

ductos de protocolos privados reconocidos, entre otros. Esta marca ha sido reconocida y aprobada por la Unión Europea, garantizando así la calidad y autenticidad de los productos que lleven este distintivo.

Las empresas adheridas a la marca podrán utilizarla en sus envases obteniendo así un valor añadido de sus productos y facilitando la decisión de compra del consumidor.

Con Gusto del Sur, la Junta afronta una nueva era de la alimentación en Andalucía para dar respuesta a las nuevas exigencias de los consumidores y a la sostenibilidad del sector. Y visualiza el firme compromiso por apoyar y fortalecer uno de los sectores con mayor liderazgo y dinamismo de la economía andaluza.

Necesitamos trabajar todos al unísono –consumidores, sector agroalimentario, administración pública–, para seguir siendo la región referente en alimentos y bebidas de calidad y que nuestro sector agroalimentario sea cada día más competitivo, más conocido y más innovador con una marca cada vez más representativa.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**



### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.2 DESCRIPCIÓN INSTITUCIONAL

### Versión reducida

Gusto del Sur es la marca de Andalucía que identifica a los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces de calidad diferenciada.

Es propiedad de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural y tiene como finalidad impulsar una gran marca regional que garantice la calidad diferenciada de los productos andaluces para fortalecer y mejorar la competitividad del sector y favorecer su comercialización e internacionalización.

Además de garantizar la calidad, actúa como marca promocional fortaleciendo la comunicación de los productos a través de un único sello en todos los mercados.

Las empresas adheridas a la marca podrán utilizarla en sus envases obteniendo así un valor añadido de sus productos y facilitando la decisión de compra del consumidor.

El sello de calidad Gusto del Sur representa a toda la realidad agroalimentaria andaluza, a distintos sectores y a todos los alimentos y bebidas andaluces.

Con Gusto del Sur, la Junta afronta una nueva era de la alimentación en Andalucía para que, entre todos, siga siendo la región referente en alimentos y bebidas de calidad.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.2 DESCRIPCIÓN INSTITUCIONAL

### Versión mínima

Gusto del Sur es la marca de Andalucía que identifica a los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces de calidad diferenciada.

Es propiedad de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural y tiene como finalidad impulsar una gran marca regional que garantice la calidad diferenciada de los productos andaluces.

Con Gusto del Sur, la Junta de Andalucía afronta una nueva era de la alimentación en Andalucía para que, entre todos, siga siendo la región referente en alimentos y bebidas de calidad.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.3 DESCRIPCIÓN POPULAR

### Versión extendida

Gusto del Sur es la marca de Andalucía que identifica a los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces de calidad diferenciada.

Una gran marca regional que representa un gran sector. La Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural impulsa el sello de calidad Gusto del Sur que garantiza la calidad diferenciada. Una nueva era donde los productos andaluces, referentes en la gastronomía, disponen de una marca para mejorar la competitividad en el sector, fortalecer su comercialización y unificar la promoción a través de un único sello en todos los mercados.

Una marca para saborear la gran variedad y riqueza agroalimentaria de Andalucía.

Gusto del Sur, la marca que representa toda la realidad agroalimentaria, acoge las Denominaciones de Origen Protegida (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), Especiales Tradicionales Garantizadas (ETG),

productos artesanos, productos de producción ecológica e integrada, productos de protocolos privados reconocidos, entre otros.

Las empresas que soliciten la marca, tendrán la oportunidad de incluirla en sus envases, lo cual les brindará un valor adicional a sus productos. Además, los consumidores dispondrán de una identificación que les permitirá añadir Andalucía a su selección de compras.

Si todos elegimos y recomendamos Gusto del Sur, respaldamos el liderazgo que garantiza el futuro de un sector con una riqueza gastronómica basada en su manera única de producir, cocinar y compartir alimentos.

Un sello que se construye entre todos. Un símbolo que representa y une a todos los que eligen disfrutar de los alimentos y bebidas como solo se hace en Andalucía.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.3 DESCRIPCIÓN POPULAR

### Versión reducida

Gusto del Sur es la nueva marca de Andalucía que identifica a los productos agroalimentarios y pesqueros de calidad diferenciada.

Una gran marca regional que representa un gran sector. La Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural impulsa el sello de calidad Gusto del Sur para garantizar la calidad diferenciada, mejorar la competitividad de los productos en el sector, fortalecer su comercialización y unificar la promoción a través de un único sello en todos los mercados.

La gran variedad y riqueza agroalimentaria de Andalucía la convierte en una de las regiones con mayor número de marcas de calidad alimentarias y otros supuestos de calidad diferenciada de la UE que podrán acogerse a Gusto del Sur.

Las empresas que soliciten la marca, tendrán la oportunidad de incluirla en sus envases y los consumidores dispondrán de una identificación que les permitirá añadir Andalucía a su selección de compras.

Si todos elegimos y recomendamos Gusto del Sur, respaldamos el liderazgo que garantiza el futuro de un sector. Un sello que se construye entre todos. Un símbolo que representa y une a todos los que eligen disfrutar de los alimentos y bebidas como solo se hace en Andalucía.

**Gusto del Sur. Es calidad.  
Es Andalucía.**

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS

Los mensajes que se publican de Gusto del Sur dependen del público al que nos dirigimos.

Es importante que podamos definir las diferentes necesidades de nuestros públicos objetivos, para crear los mensajes adecuados a cada uno de ellos.

Nuestra identidad verbal debe poder adaptarse a las diferentes audiencias, tanto internas como externas, para modular adecuadamente los mensajes que queremos construir.

## 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS

## Agroindustria alimentaria / empresas

**¿Quiénes son?** Empresas y agentes del sector agroalimentario.

**Tipo de mensaje:** captación y relación con los asociados.

## MENSAJES:

1. **Qué es Gusto del Sur** ..... 2. **Solicita la marca** ..... 3. **Orgullo de formar parte** .....

- Gusto del Sur es la **GRAN marca de calidad alimentaria** que la Junta de Andalucía pone a tu disposición para dar un nuevo impulso a nuestro sector agroalimentario.
- Es una marca que **identifica la calidad diferenciada** de los alimentos y bebidas de Andalucía.
- Hemos escuchado y os damos respuesta a todos los profesionales. Vamos a trabajar de la mano. **Colaborando.**
- Se inicia una **nueva etapa para dar un nuevo impulso** a nuestro sector. Con Gusto del Sur, la Junta de Andalucía apoya a las empresas agroalimentarias (y productos) de calidad reconocida.
- **Marca inclusiva.** Que convive y aglutina a otras marcas de calidad alimentaria.

- Las empresas que **cumplen con unos requisitos** pueden solicitar la marca y ponerla en sus envases.
- **Call to action.** Únete ya a la marca y forma parte de la nueva era de la alimentación en Andalucía.
- Infórmate aquí y **descubre todas las ventajas** de pertenecer a Gusto del Sur.

- Pertenecer a Gusto del Sur tiene muchos **beneficios:** en visibilidad de la marca, en potenciar la comercialización aquí y fuera, en reconocimiento, etc.
- Es algo de todos. **Juntos vamos a construir la alimentación del futuro en Andalucía.** Vamos a ser el motor que promueva la producción y comercialización de productos de calidad.
- **Forma parte de una marca** (viva y actual) que va a convertirse en la GRAN marca de la alimentación andaluza.
- Despertar el **orgullo de pertenecer a Gusto del Sur:** de producir y comercializar productos de calidad que se conviertan en la punta de lanza del sector. Con todos los beneficios. Con el apoyo de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural.

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS

### Agroindustria alimentaria / empresas

#### 1. Qué es Gusto del Sur

¡Bienvenido a Gusto del Sur, la gran marca de calidad alimentaria que la Junta de Andalucía pone a tu disposición! Estamos aquí para dar un nuevo impulso a nuestro sector agroalimentario, apoyando a las empresas y productos de calidad reconocida.

Con Gusto del Sur identificamos los alimentos y bebidas de Andalucía de la más alta calidad, cuidadosamente seleccionados y elaborados con esmero por los agricultores, pescadores y productores andaluces.

El sello de calidad Gusto del Sur representa a toda la realidad agroalimentaria andaluza, es decir, actuamos como marca inclusiva para el resto de marcas de calidad alimentarias y otros supuestos de calidad diferenciada.

Nuestra marca nace para dar respuesta a los profesionales y reconocer la calidad del sector agroalimentario de Andalucía. Nos enorgullece ser parte de este esfuerzo colectivo para promover la riqueza y el valor de nuestros productos. Por eso cuando eliges formar parte de Gusto del Sur, estás optando por la excelencia y la confianza.

**Descubre todo lo que Gusto del Sur tiene para ofrecerte. Te invitamos a formar parte de un futuro próspero para nuestro sector agroalimentario.**

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

#### 2. Solicita la marca

En esta nueva era de la alimentación en Andalucía, estamos encantados de invitar a empresas como la tuya a ser Gusto del Sur y te animamos a solicitar el distintivo para incorporarlo en tus envases.

Ser parte de Gusto del Sur es cumplir con los requisitos más exigentes pero también un universo de ventajas y oportunidades. Te ofrecemos formar parte de una pasión por la calidad excepcional de los productos andaluces.

¿Quieres ser Gusto del Sur?

Al unirse, serás parte de una triple alianza donde las sinergias entre consumidores, el sector agroalimentario y la administración pública nos impulsará a lograr objetivos más ambiciosos.

Visítanos en nuestra página web [www.gustodelsur.es](http://www.gustodelsur.es) e infórmate de las ventajas y beneficios de ser Gusto del Sur, el reconocimiento que te mereces.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

#### 3. Orgullo de formar parte

Pertenecer a Gusto del Sur es formar parte del futuro de la alimentación en Andalucía. Ser el motor que impulse la producción y comercialización de productos de calidad, llevando la excelencia de nuestra región a todos los rincones del mundo.

Con todos los beneficios. Al unirse a Gusto del Sur obtienes una visibilidad excepcional para tu marca. Además, nuestro compromiso con la promoción y difusión potencia la comercialización tanto a nivel nacional como internacional. Serás testigo de cómo tus productos cruzan fronteras y conquistan los paladares más exigentes.

Como miembro de Gusto del Sur, eres parte de un grupo de productores y comerciantes que se esfuerzan por ofrecer productos de la más alta calidad. Tu nombre está asociado con la excelencia y la pasión por los alimentos y bebidas andaluces, lo que abre oportunidades únicas en el mercado.

Nuestro objetivo es ser tu aliado en el camino. Contarás con ayudas y apoyos que te permiten crecer y prosperar y lo haremos junto a la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, quienes comparten el compromiso con el progreso del sector.

Pero sobre todo y más emocionante, serás parte de una marca viva y actual, destinada a convertirse en la gran marca de la alimentación andaluza.

Únete a nosotros y deja una huella duradera en el futuro de la industria alimentaria en Andalucía.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

## 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS

## Público interno

**¿Quiénes son?** Miembros de la administración de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural y cualquier otro organismo público.

**Tipo de mensaje:** información e implicación.

## MENSAJES:

## 1. Qué es Gusto del Sur ..... 2. Centralizar la promoción ..... 3. Informar del compromiso .....

- Gusto del Sur, la **GRAN MARCA DE CALIDAD** de la Junta de Andalucía para promover nuestro sector agroalimentario andaluz.
- Ponemos a disposición de la industria agroalimentaria una gran marca **para ayudar a hacer más competitivo nuestro sector agroalimentario**. Proyecto colaborativo.
- **Tenemos el compromiso** de conseguir que Gusto del Sur sea nuestra GRAN marca de calidad alimentaria. Nos centramos en la calidad y en Andalucía. Vocación líder.

- Nos comprometemos a hacer grande la marca Gusto del Sur. A ayudar a **dar a conocer nuestros productos**, nuestro patrimonio alimentario, nuestros hábitos de consumo. Que la marca sea **valorada, conocida y reconocida** y que se convierta en una marca popular y vital.
- Nuestra marca ayudará a **vender más y mejor**. A las empresas que forman parte. Y a promover el sector en su conjunto.
- **Vamos a escuchar y trabajar de la mano del sector**, de la distribución, de la restauración, del turismo ... y de todas aquellas áreas que nos permitan hacer crecer la marca cada día.

- Nos comprometemos a **velar y promover la calidad** de nuestros productos alimentarios y a verificar el **cumplimiento** de los requisitos establecidos en el Decreto.
- Es algo de todos. **Hacer crecer la marca en representatividad** ampliando nuevos supuestos para que otros productos puedan formar parte de la marca. Consiguiendo así la mejora de la calidad de nuestro sector.
- **Conocer la prioridad e importancia** de esta iniciativa para contribuir a hacerla crecer.



### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS / Público interno

### 1. Qué es Gusto del Sur

Presentamos Gusto del Sur, un sello distintivo de la Junta de Andalucía que avala la calidad de los productos agroalimentarios andaluces. Una iniciativa para promover y destacar la excelencia de los productos en nuestro sector agroalimentario andaluz.

Al unificar los esfuerzos de la industria agroalimentaria bajo esta marca, trabajamos para asegurar la satisfacción del consumidor y para fomentar el desarrollo económico y social de nuestra comunidad.

Como la gran marca de calidad respaldada por nuestra institución y aprobada por los rigurosos estándares de la Unión Europea, Gusto del Sur se establece como un distintivo de prestigio, fomentando la competitividad y la promoción de nuestra industria agroalimentaria.

Este proyecto colaborativo está dirigido a fortalecer el tejido empresarial y a potenciar la imagen de nuestros productos a nivel nacional e internacional.

Desde la Junta de Andalucía nos comprometemos a hacer de Gusto del Sur la insignia principal de calidad diferenciada. Con una vocación líder, aspiramos a liderar el mercado con productos que reflejen lo mejor de nuestra región y transmitan su esencia única.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

### 2. Centralizar la promoción

Además de garantizar la calidad de los alimentos y bebidas andaluces, la gran marca de calidad Gusto del Sur tiene el objetivo de promocionar nuestra industria agroalimentaria.

Este distintivo representa el compromiso de fortalecer, expandir e impulsar la comercialización de nuestros productos, nuestro patrimonio alimentario y nuestros hábitos de consumo.

Con este sello de calidad diferenciada, buscamos que nuestra marca sea valorada, conocida y reconocida, convirtiéndose en un referente.

Siendo conscientes del impacto positivo que genera en las empresas asociadas, la marca se enfoca en impulsar un aumento y una mejora en las ventas. Asimismo, trabajamos para fomentar el crecimiento y la prosperidad de todo el sector.

Colaborando de manera estrecha con diferentes agentes involucrados, como el sector de la distribución, la restauración, el turismo y otras áreas relevantes. Mediante la escucha activa y la cooperación, compartiendo conocimientos y experiencias, esta sinergia nos permitirá crecer nuestra marca cada día, impulsando la promoción y el éxito continuo de Gusto del Sur.

Juntos lograremos posicionar a Gusto del Sur como una marca líder.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

### 3. Informar del compromiso

La gran marca de calidad Gusto del Sur tiene un compromiso con la promoción y garantía de la calidad de nuestros productos agroalimentarios, así como con el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Decreto.

En Gusto del Sur reconocemos que la mejora continua de nuestro sector requiere de la participación activa de todos los actores involucrados. Por ello, nos esforzamos en hacer crecer nuestra marca en representatividad, ampliando los supuestos para que otros productos puedan formar parte de ella.

Entendemos que, al fomentar la inclusión de nuevos productos bajo nuestra marca, estamos contribuyendo a elevar la calidad de nuestro sector en su conjunto. Estamos comprometidos con el desarrollo de alianzas y colaboraciones que fortalezcan aún más este objetivo. Invitamos a todas las partes interesadas a unirse a nosotros en este proyecto de excelencia y a contribuir a hacer crecer esta iniciativa en beneficio de nuestra industria y de los consumidores.

Juntos lograremos un sector alimentario de calidad superior.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

## 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS

## Consumidores / población en general

## MENSAJES:

## 1. Qué es Gusto del Sur

- Gusto del Sur es **la marca de calidad** alimentaria de Andalucía.

## 2. Poner en valor

- **Concienciar sobre la importancia de nuestro sector agroalimentario.** Sobre nuestras raíces, nuestro legado, nuestro patrimonio, nuestras características, nuestro productos, nuestro *knowhow*, nuestra innovación, nuestra capacidad de transformar, etc. Nuestra capacidad de disfrutar. Nuestra capacidad de compartir. Nuestra capacidad de competir.
- Convertir **la marca en motor de cambio**, de transformación. Y la calidad es el eje del cambio.
- **Fomentar que se seleccionen y consuman productos amparados con la marca Gusto del Sur.** Porque es sinónimo de calidad y de Andalucía. Con el aval de la Consejería/Junta.
- **Orgullo.**

## ¿Quiénes son?

- **Consumidor autonómico y nacional:** consumidor/a final, en especial responsables de la compra del hogar. Todo el territorio a nivel autonómico andaluz (urbano y rural), y nacional.
- **Consumidor internacional:** turistas y/o consumidores de otros países.

**Tipo de mensaje:** sensibilización.

## 3. Despertar el orgullo

- Una marca para saborearla. Estamos hablando de Andalucía y de productos alimentarios, y eso ya genera deseo. De esto se trata, **que la marca sea deseada, active el gusto.**
- Contribuir desde la marca a **consumir productos agroalimentarios andaluces.**
- La importancia y el progreso de nuestro sector es vital. Nueva etapa. Nueva era. Mirando hacia un futuro sostenible del sector. **Dando respuesta constante a las necesidades del consumidor.**
- Es algo de todos. **Todos podemos y debemos contribuir.** Fomento del consumo y de generación de hábitos alimentarios destinados a la población en general.

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS

### Consumidores / población en general

#### 1. Qué es Gusto del Sur

Gusto del Sur es la marca de Andalucía que identifica a los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces de calidad diferenciada.

Una gran marca regional que representa un gran sector.

La Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural impulsa el sello de calidad Gusto del Sur para garantizar la calidad diferenciada.

A partir de ahora, los consumidores dispondrán de una identificación que les permitirá añadir los productos andaluces de calidad diferenciada a su selección de compras.

Si todos elegimos y recomendamos Gusto del Sur, respaldamos el liderazgo que garantiza el futuro de un sector. Se trata de construir un sello entre todos. Un símbolo que representa y une a los que elegimos disfrutar de los alimentos y bebidas como solo se hace en Andalucía.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

#### 2. Poner en valor

Descubre la gran marca de calidad diferenciada de Andalucía.

En Gusto del Sur nuestras características únicas y nuestros productos excepcionales son el resultado de un inigualable saber hacer, de una innovación constante y de la capacidad transformadora que nos define.

Con este sello de calidad, fortalecemos nuestras raíces, celebramos nuestro legado y protegemos nuestro patrimonio.

Con orgullo. Porque nos apasiona disfrutar de cada momento y compartir la riqueza de nuestra tierra.

Gusto del Sur es mucho más que una marca: somos el motor de cambio que impulsa nuestra región.

Cuando eliges productos amparados con la marca Gusto del Sur, eliges calidad y eliges Andalucía.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

#### 3. Despertar el orgullo

Gusto del Sur, la marca que te invita a saborear Andalucía.

Con nuestro sello de calidad diferenciada identificamos a los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces y satisfacemos las necesidades de nuestros consumidores, ofreciendo productos de calidad y sabor excepcionales.

Pero no es solo nuestra ¡Es algo de todos! Cada uno de nosotros puede contribuir con la marca uniéndose en esta experiencia para descubrir la riqueza y diversidad de nuestra tierra a través de cada sorbo y cada bocado de nuestros productos Gusto del Sur.

Descubre cómo nuestra marca puede despertar tus sentidos y acompañarte a disfrutar de los sabores auténticos de Andalucía.

¡Disfruta y comparte Gusto del Sur!

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

## 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS

## Opinión pública

## ¿Quiénes son?

Personas o personalidades que cuentan con cierto grado de prestigio y credibilidad sobre el sector agroalimentario y que tienen la habilidad de influir en un determinado público cuando comparte su opinión o valoración.

**Tipo de mensaje:** sensibilización.

## MENSAJES:

## 1. Qué es Gusto del Sur ..... 2. Promover su significado ..... 3. Despertar el orgullo .....

- Gusto del Sur es **la marca de calidad alimentaria** de Andalucía.
- La GRAN marca Gusto del Sur **identifica de forma fácil** a todos los productos agroalimentarios de Andalucía que tienen una calidad reconocida.
- Es una marca que tiene el aval de la Junta de Andalucía que se traduce en **autenticidad y garantía**.

- Ayudamos así al consumidor a **reconocer nuestros productos** de calidad y a **apreciarlos** como solo se disfrutan en el Sur. Facilitar la decisión de compra. Cultura. Orgullo. Refuerzo lazos regionales.
- Es la marca de la alimentación. La GRAN marca de la alimentación. Va a ser una marca valorada, popular, querida, viva. Que **nos enseña**, que **nos ayuda**, que **nos representa**, que **nos llena de orgullo...**
- Un marca de calidad que **contribuirá a que conozcamos y disfrutemos aún más de nuestros productos** como solo se disfrutan en el Sur.

- Estamos hablando de Andalucía y de productos alimentarios, y eso ya genera deseo. De esto se trata, **que la marca sea deseada, active el gusto**.
- Nuestro sector alimentario es clave en Andalucía. Tenemos un patrimonio alimentario, una cultura, un legado, un saber hacer, una riqueza natural, la búsqueda de la excelencia y la innovación... **Somos un referente en calidad. Somos GRANDES**.
- Es algo de todos. Es una marca compartida. Que formará parte de nuestra identidad regional. Que **construiremos entre todos**.
- Es una novedad que nos ilusiona. Que **abre una nueva etapa en nuestra alimentación** para llegar aún más allá.

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS / Opinión pública

### 1. Qué es Gusto del Sur

Gusto del Sur es la marca de Andalucía que identifica a los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces de calidad diferenciada.

Desde la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía impulsamos el sello de calidad Gusto del Sur para que los consumidores dispongan de una identificación que les permita añadir Andalucía a su selección de compras.

Si todos elegimos y recomendamos Gusto del Sur, respaldamos el liderazgo que garantiza el futuro de un sector. Se trata de construir un sello entre todos. Un símbolo que representa y une a los que elegimos disfrutar de los alimentos y bebidas como solo se hace en Andalucía.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

### 2. Promover su significado

Descubre la gran marca de calidad diferenciada de Andalucía.

Nuestro propósito es facilitar la decisión de compra al ofrecer productos seleccionados, cultivados y producidos por nuestra industria agroalimentaria.

Cada sorbo y cada bocado es un tributo a nuestra cultura y una muestra de nuestro orgullo por las tradiciones que nos definen. Te transportaremos a nuestros paisajes bañados por el sol, a la frescura de nuestras huertas y a la pasión de nuestros productores y pescadores.

Gusto del Sur es la gran marca de calidad diferenciada, una marca que vive en los corazones de nuestros consumidores. Queremos enseñarte, ayudarte y representarte generando un sentimiento de pertenencia y enriqueciendo los lazos que nos unen.

Cuando eliges Gusto del Sur estás eligiendo calidad. Nuestra marca se convertirá en tu aliada para explorar y saborear el Sur.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

### 3. Despertar el orgullo

Gusto del Sur, la marca que te invita a saborear Andalucía.

Con nuestro sello de calidad diferenciada identificamos a los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces y satisfacemos las necesidades de nuestros consumidores, ofreciendo productos de calidad.

Andalucía es un tesoro agroalimentario que alberga un patrimonio incalculable. Nuestras características únicas y nuestros productos excepcionales son el resultado de un saber hacer, de una innovación constante y de la capacidad transformadora que nos define.

Somos referentes en el mundo de la alimentación. Nos esforzamos por alcanzar la excelencia y la innovación nos impulsa a elevar constantemente el listón.

Pero no es solo nuestra ¡Es algo de todos! Cada uno de nosotros puede contribuir con la marca uniéndose en esta experiencia para descubrir la riqueza y diversidad de nuestra tierra a través de cada sorbo y cada bocado de nuestros productos Gusto del Sur.

Únete a esta nueva era que nos llena de ilusión, una nueva etapa de nuestra alimentación. Juntos vamos a saborear la grandeza de nuestra tierra.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

## 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS

### Distribución

#### ¿Quiénes son?

El eslabón de la cadena agroalimentaria que facilita la comercialización de los alimentos y al mismo tiempo pone en contacto al sector productor e industrial con los consumidores.

**Tipo de mensaje:** sensibilización.

#### MENSAJES:

#### 1. Qué es Gusto del Sur ..... 2. Centralizar la promoción ..... 3. Fomentar la producción .....

- Gusto del Sur es **la marca de calidad alimentaria** de Andalucía.
- La GRAN marca Gusto del Sur identifica de forma fácil a todos los productos agroalimentarios de **Andalucía** que tienen una **calidad reconocida**.
- Es una marca que tiene el aval de la Junta de Andalucía que se traduce en **autenticidad y garantía**.

- Nos comprometemos a hacer grande la marca Gusto del Sur. A ayudar a **dar a conocer nuestros productos**, nuestro patrimonio alimentario, nuestros hábitos de consumo. Que la marca sea **valorada, conocida y reconocida** y que se convierta en una marca popular y vital.
- Nuestra marca ayudará a **vender más y mejor**. A las empresas que forman parte. Y a promover el sector en su conjunto.
- Vamos a **escuchar y trabajar de la mano** del canal de distribución.
- **Solicitar la colaboración** para ayudar a comercializar y promover productos andaluces con este distintivo. Alimentación + HORECA.

- Es algo de todos. **Juntos vamos a construir la alimentación del futuro en Andalucía**. Vamos a ser el motor que promueva la producción y comercialización de productos de calidad.
- Despertar **el orgullo de pertenecer a Gusto del Sur**: de producir y comercializar productos de calidad que se conviertan en la punta de lanza del sector. Con todos los beneficios. Con el apoyo de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural.
- Contribuir desde la marca a comercializar productos agroalimentarios andaluces. Convertir **la marca en motor de cambio, de transformación**. Y la calidad es el eje del cambio.

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS

### Distribución

#### 1. Qué es Gusto del Sur

Presentamos Gusto del Sur, el sello de la Junta de Andalucía con el que identificamos los productos agroalimentarios andaluces de calidad diferenciada.

Con esta marca, la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural avala la calidad reconocida de los productos andaluces.

Gusto del Sur es la marca que representa a toda la realidad agroalimentaria. En ella unificamos los esfuerzos de los productores y la industria agroalimentaria para asegurar la satisfacción del consumidor, al que brindamos una fácil identificación que les permite añadir Andalucía a su selección de compras.

Como gran marca de calidad respaldada, Gusto del Sur se establece como un distintivo de prestigio, fomentando la competitividad y la promoción de la industria agroalimentaria andaluza.

Desde la Junta de Andalucía nos comprometemos a hacer de Gusto del Sur la insignia principal de calidad diferenciada. Aspiramos a liderar el mercado con productos que reflejen lo mejor de nuestra región y transmitan su esencia única.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

#### 2. Centralizar la promoción

La gran marca de calidad Gusto del Sur se establece para la promoción de la industria agroalimentaria andaluza.

Este distintivo representa nuestro compromiso de fortalecer, expandir e impulsar la comercialización de nuestros productos, nuestro patrimonio alimentario y nuestros hábitos de consumo.

El objetivo con este sello de calidad diferenciada es convertir la marca en un referente, que sea popular y vital, valorada, conocida y reconocida.

¿Quieres ser Gusto del Sur? Al unirse, serás parte de una comunidad colaborativa donde el sector distribución ayuda a la comercialización de los productos andaluces con este distintivo. Esta sinergia nos permite hacer crecer nuestra marca cada día, impulsando la promoción y el éxito continuo de Gusto del Sur.

Juntos lograremos posicionar a Gusto del Sur como una marca líder.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

#### 3. Fomentar la producción

Gusto del Sur es sinónimo de la alimentación del futuro en Andalucía.

Invitando a ser parte de esta nueva era, donde la marca de calidad diferenciada de Andalucía es la protagonista, brindamos la oportunidad de participar en algo que pertenece a todos.

Además, despertamos en cada uno de nosotros el orgullo de producir y comercializar productos de alta calidad, que se convierten en referencia de nuestro sector.

Nuestra marca es el verdadero motor de cambio y transformación, siendo la calidad el eje central de esta evolución.

Juntos lograremos impulsar el crecimiento de la industria agroalimentaria de nuestra región, generando beneficios para todos los agentes implicados.

¿Eres Gusto del Sur? Colabora y sé parte del cambio hacia una Andalucía alimentaria de vanguardia.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

## 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS

*Influencers / prescriptores*

## MENSAJES:

## 1. Qué es Gusto del Sur

- Gusto del Sur es **la marca de calidad alimentaria** de Andalucía.
- La GRAN marca Gusto del Sur identifica de forma fácil a todos los productos agroalimentarios de **Andalucía** que tienen una **calidad reconocida**.
- Es una marca que tiene el aval de la Junta de Andalucía que se traduce en **autenticidad y garantía**.

## 2. Promover su significado

- Ayudamos así al consumidor a **reconocer nuestros productos** de calidad y a **apreciarlos** como solo se disfrutan en el Sur. Facilitar la decisión de compra. Cultura. Orgullo. Refuerzo lazos regionales.
- Es la marca de la alimentación. La GRAN marca de la alimentación. Va a ser una marca valorada, popular, querida, viva. **Que nos enseña, que nos ayuda, que nos representa, que nos llena de orgullo...**
- Un marca de calidad que **contribuirá a que conozcamos y disfrutemos aún más de nuestros productos** como solo se disfrutan en el Sur.

## ¿Quiénes son?

Los prescriptores son personas o figuras reconocidas en un campo específico que tienen un alto nivel de conocimiento y autoridad en ese ámbito.

Los *influencers* son personas con una presencia activa en redes sociales que cuentan con seguidores en canales digitales y que a través de la creación de contenidos son capaces de atraer la atención. Normalmente, en la creación de contenidos patrocinados hay una transacción económica.

**Tipo de mensaje:** sensibilización.

## 3. Una marca para saborearla (Despertar el orgullo)

- Estamos hablando de Andalucía y de productos alimenticios, y eso ya genera deseo. De esto se trata, que **la marca sea deseada, active el gusto**.
- Nuestro sector alimentario es clave en Andalucía. Tenemos un patrimonio alimentario, una cultura, un legado, un saber hacer, una riqueza natural, la búsqueda de la excelencia y la innovación... **Somos un referente en calidad. Somos GRANDES**.
- Es algo de todos. Es una marca compartida. Que formará parte de nuestra identidad regional. Que **construiremos entre todos**.
- Es una novedad que nos ilusiona. Que **abre una nueva etapa en nuestra alimentación** para llegar aún más allá.



### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.6.4 MENSAJES POR PÚBLICOS

### *Influencers / prescriptores*

#### 1. Qué es Gusto del Sur

Gusto del Sur es la marca de Andalucía donde encontrarás una selección única de productos agroalimentarios y pesqueros andaluces de calidad diferenciada.

Desde la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía presentamos el distintivo de calidad Gusto del Sur, para que todos los consumidores puedan reconocer y elegir lo mejor de nuestra tierra en el momento de hacer sus compras.

Una nueva era donde los productos andaluces, referentes en la gastronomía, disponen de una gran marca que busca que el sector sea más competitivo, fortalecer la comercialización de los productos, apoyar al medio rural y a la riqueza de la región.

¡Elegir y recomendar el sello Gusto del Sur es respaldar el liderazgo y garantizar un futuro prometedor para nuestro sector! Este símbolo nos une a todos, representando la pasión y el placer de disfrutar de los alimentos y bebidas como solo se sabe hacer en Andalucía.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

#### 2. Promover su significado

Gusto del Sur es la nueva marca de Andalucía que identifica a los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces de calidad diferenciada.

Nuestro propósito es hacer que la decisión de compra sea más sencilla, ofreciendo productos seleccionados con esmero, cultivados y producidos por la industria agroalimentaria andaluza.

Cada sorbo y cada bocado es un homenaje a nuestra cultura y un reflejo de nuestro orgullo por las tradiciones que nos hacen únicos. Con cada producto, transportamos a nuestros paisajes bañados por el sol, envolvemos en la frescura de nuestras huertas y contagiamos la pasión de nuestros productores y pescadores.

Gusto del Sur no es solo una marca. Queremos enseñar, ayudar y representar, creando un fuerte sentido de pertenencia y fortaleciendo los lazos que nos unen.

Cuando eliges Gusto del Sur estás eligiendo la máxima calidad. Nuestra marca se convertirá en tu aliada para explorar y saborear el Sur.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

#### 3. Despertar el orgullo

Gusto del Sur, la marca que invita a saborear Andalucía.

Con nuestro sello de calidad diferenciada identificamos a los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces y satisfacemos las necesidades de nuestros consumidores, ofreciendo productos de calidad y sabor excepcionales.

Andalucía es un tesoro agroalimentario, un lugar donde se encuentra un patrimonio incalculable. Nuestras características únicas y nuestros productos excepcionales son el resultado de un saber hacer, de una innovación constante y de la capacidad transformadora, que nos define y nos enorgullece.

Somos referentes en el mundo de la alimentación y nos esforzamos por seguir ofreciendo excelencia mediante la innovación, que nos impulsa a elevar constantemente el listón buscando nuevas formas de sorprender y satisfacer a nuestros clientes más exigentes.

Cada uno de nosotros puede contribuir con la marca, uniéndose en esta experiencia para descubrir la riqueza y diversidad de nuestra tierra a través de cada sorbo y cada bocado de nuestros productos Gusto del Sur.

Únete a esta nueva era que nos llena de ilusión, una nueva etapa de nuestra alimentación. Juntos vamos a saborear la grandeza de nuestra tierra.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.7 PUNTOS CLAVE EN LA REDACCIÓN

**1.** Emplear un lenguaje inclusivo, evitando discriminación basada en el género tanto en expresiones orales como escritas, sin perpetuar estereotipos.

**2.** Un lenguaje universal, que permita acceder a la información a cualquier persona independientemente de la generación a la que pertenezca y su nivel de formación.

**3.** Hablamos de una forma plural, con la primera persona del plural como preferente ya que somos una marca variada y diversa que representa a una pluralidad.

**4.** Para mensajes que destaquen el sentimiento de pertenencia y orgullo, preferente usar la primera persona del singular. Con frases como: “Yo soy” Gusto del Sur. Yo produzco, transformo, comercializo, consumo, disfruto, promuevo, prescribo ... productos Gusto del Sur.

**5.** La mejor forma de demostrar nuestra cercanía y amabilidad en el tono de voz es dirigiéndonos al lector de tú a tú, especialmente en llamadas a la acción.

- Hablar con el **verbo SER** en el cuerpo de texto y conjugarlo en todas las personas (Yo soy, Tú eres, Nosotros somos...) como recurso para enlazar con el lema y para reforzar el sentimiento de pertenencia y el orgullo de formar parte.
- **Call to action:** ¿Eres Gusto del Sur?
- Enumeración y datos.
- Uso de expresiones populares. Ej: **estás en tu casa.**
- Crear una relato compartido e involucrar a un amplio rango de la sociedad, tanto local, regional, nacional o internacional. Ej: **Utilizando citas textuales.**
- Exclamaciones. Ej: **¡Decidirse por el sello Gusto del Sur es mantener vivo el liderazgo y garantizar un futuro prometedor para nuestro sector!**
- **Frases largas**, no complejas, para dar protagonismo al claim como frase corta.

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.7 PUNTOS CLAVE EN LA REDACCIÓN

### LO QUE NO ESTÁ PERMITIDO

- Utilizar abreviaturas.
- Utilizar siglas sin acompañamiento del nombre completo anteriormente.
- Lenguaje informal o jergas, palabras con tendencia poco generalizadas o anglicismos. Por ejemplo: 'Guay' como sinónimo de que algo está bien, 'Curro' como sinónimo de trabajo, 'random' como sinónimo de algo aleatorio o 'chat' como sinónimo de conversación.
- No seamos planos ni demasiado formales; un guiño de humor puede ayudarnos a convertir un mensaje aburrido en algo memorable.
- Uso de expresiones que construyan sobre estereotipos negativos asociados a los andaluces.

## 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.8 APLICACIÓN DEL ESTILO EN LOS ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE COMUNICACIÓN

### Redes Sociales

#### RRSS

Descripción biografía

La gran marca de calidad de los alimentos y bebidas de Andalucía avalada por @andaluciajunta

**Gusto del Sur.  
Es calidad.  
Es Andalucía.**

#### RRSS

Post

**Gusto del Sur, la marca que te invita a saborear Andalucía.**

Gusto del Sur es la marca que identifica a los alimentos y bebidas andaluces de calidad diferenciada.

Una gran marca regional que representa un gran sector.

Impulsada por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, el sello de calidad Gusto del Sur garantiza la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios de Andalucía.

A partir de ahora, los consumidores disponen de una identificación que les facilitará disfrutar de productos andaluces de calidad diferenciada.

Porque si todos elegimos y recomendamos Gusto del Sur, conservamos el liderazgo que asegura el futuro de un sector.

Este sello se construye entre todos. Es un símbolo que representa y une a todos los que eligen disfrutar de los alimentos y bebidas como solo se hace en Andalucía.

Elige, disfruta y comparte Gusto del Sur.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.8 APLICACIÓN DEL ESTILO EN LOS ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE COMUNICACIÓN

### Web

#### **La marca que te invita a saborear Andalucía.**

Gusto del Sur identifica a los alimentos y bebidas andaluces de calidad diferenciada.

Las empresas que soliciten la marca, tendrán la oportunidad de incluir el nuevo distintivo de calidad Gusto del Sur en los envases de los productos agroalimentarios andaluces.

#### **Es comprar más fácil.** Es Andalucía.

Los consumidores pueden elegir los productos identificados con el sello Gusto del Sur en el momento de hacer sus compras.

#### **Es un tesoro agroalimentario.** Es Andalucía.

Nuestros productos de calidad diferenciada son el resultado de un saber hacer, de una innovación constante y de la capacidad transformadora, que nos define y nos enorgullece.

#### **¿Eres Gusto del Sur?**

Únete a todos los que eligen disfrutar de los alimentos y bebidas como solo se hace en Andalucía.

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.8 APLICACIÓN DEL ESTILO EN LOS ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE COMUNICACIÓN

### Folleto

**Gusto del Sur, la marca que te invita a saborear Andalucía.**

**Gusto del Sur es la marca de Andalucía que identifica a los alimentos y bebidas andaluces de calidad diferenciada.**

La Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural impulsa el sello de calidad Gusto del Sur que garantiza la calidad diferenciada.

Una nueva era donde los productos andaluces, referentes en la gastronomía, disponen de una marca para mejorar la competitividad en el sector, fortalecer su comercialización y unificar la promoción a través de un único sello en todos los mercados.

Una marca para saborear la gran variedad y riqueza agroalimentaria de Andalucía.

Gusto del Sur, la marca que representa toda la realidad agroalimentaria, acoge las Denominaciones de Origen Protegida (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), Especiales Tradicionales Garantizadas (ETG), productos artesanos, productos de producción ecológica e integrada, productos de protocolos privados reconocidos, entre otros.

Las empresas que soliciten la marca, tendrán la oportunidad de incluir el nuevo distintivo

de calidad Gusto del Sur en los envases de los productos agroalimentarios andaluces lo cual les brindará un valor adicional a sus productos.

Además, los consumidores dispondrán de una identificación que les permitirá añadir Andalucía a su selección de compras.

Cuando eliges productos amparados con la marca Gusto del Sur, eliges calidad y eliges Andalucía.

Una gran marca regional que representa un gran sector.

Recomendar Gusto del Sur, es conservar entre todos el liderazgo que asegura el futuro de un sector con una riqueza gastronómica basada en su manera única de producir, cocinar y compartir alimentos.

Un sello que se construye entre todos. Un símbolo que representa y une a todos los que eligen disfrutar de los alimentos y bebidas como solo se hace en Andalucía.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.8 APLICACIÓN DEL ESTILO EN LOS ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE COMUNICACIÓN

### Newsletter presentación de marca

#### **Gusto del Sur, la marca que te invita a saborear Andalucía.**

**Gusto del Sur es la marca de Andalucía que identifica a los alimentos y bebidas andaluces de calidad diferenciada.**

Presentamos el distintivo de calidad Gusto del Sur que va a estar presente en los envases para que todos los consumidores puedan reconocer y elegir lo mejor de nuestra tierra en el momento de hacer sus compras.

#### **La decisión de compra ahora es más sencilla.**

Productos seleccionados con esmero, cultivados y producidos por el sector agroalimentario andaluz.

#### **Andalucía es un tesoro agroalimentario.**

Un lugar donde se encuentra un patrimonio incalculable. Nuestras características únicas y nuestros productos excepcionales son el resultado de un saber hacer, de una innovación constante y de la capacidad transformadora, que nos define y nos enorgullece.

Con cada producto, transportamos a nuestros paisajes bañados por el sol, envolvemos en la frescura de nuestras huertas y contagiamos la pasión de nuestros productores y pescadores.

¿Eres Gusto del Sur? Únete a todos los que eligen disfrutar de los alimentos y bebidas como solo se hace en Andalucía.

**¡Te esperamos con la mesa puesta!**

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

### 3. MANUAL DE IDENTIDAD VERBAL

## 3.8 APLICACIÓN DEL ESTILO EN LOS ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE COMUNICACIÓN

### Nota de Prensa ejemplo

#### **Gusto del Sur, la marca que te invita a saborear Andalucía.**

*Andalucía, [Fecha]*

**Hoy marca un hito en la región andaluza con el lanzamiento de “Gusto del Sur”, la marca que identifica y celebra los productos agroalimentarios y pesqueros de calidad diferenciada de la región.**

Desarrollada por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, la marca “Gusto del Sur” es un sello de calidad regional que garantiza la autenticidad y el valor diferenciado de los productos andaluces. Este esfuerzo, respaldado por un Decreto de regulación y aprobado por la Unión Europea, no solo refuerza la competitividad del sector, sino que también fomenta su comercialización e internacionalización.

Andalucía, una joya en cuanto a patrimonio agroalimentario, alberga una riqueza culinaria inigualable. El distintivo “Gusto del Sur” se convierte en un representante de la diversidad agroalimentaria andaluza, abarcando múltiples sectores y productos, desde alimentos hasta bebidas. Asimismo, actúa como una marca paraguas para otras marcas de calidad y productos diferenciados, reforzando no solo la calidad, sino también la promoción de los productos mediante un sello unificado en diversos mercados.

La misión central de la marca es asegurar la calidad de los productos agroalimentarios andaluces, brindando a los consumidores la confianza de adquirir productos

seleccionados, cultivados y producidos por la industria agroalimentaria de la región. Al elegir “Gusto del Sur”, se elige la excelencia. Esta marca se convertirá en la compañera para explorar y experimentar los sabores del Sur.

La marca aspira a educar, asistir y representar, fortaleciendo los lazos comunes y fomentando un sentimiento de pertenencia. Elegir y recomendar el sello “Gusto del Sur” es contribuir al liderazgo que asegura un futuro prometedor para el sector agroalimentario en el mundo.

Con “Gusto del Sur”, la Junta de Andalucía inaugura una nueva era en la agroindustria alimentaria, abordando las cambiantes expectativas de los consumidores y la sostenibilidad del sector. Además, demuestra su firme compromiso en apoyar y consolidar uno de los sectores más dinámicos y destacados en la economía andaluza.

Este símbolo reúne a todos aquellos que disfrutan de la comida y las bebidas en su esencia más auténtica, con un espíritu que solo puede encontrarse en Andalucía.

**Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía.**

**Para más información, por favor contactar a:**

*[Nombre del Contacto]*

*[Teléfono de Contacto]*

*[Correo Electrónico de Contacto]*

*[Sitio Web de Contacto]*





**IDENTIDAD  
VISUAL**

La identidad de Gusto del Sur pretende mostrarnos una marca fresca, que hable de los valores de una tierra tan viva como es Andalucía.

El logotipo nos muestra una tipografía con un toque clásico, pero modernizada.

Diseñada cuidadosamente para lograr una armonía y síntesis perfecta en todo el logotipo. La única mayúscula es la S de la palabra Sur, para aportarle a la marca una mayor relevancia.

La parte superior es una estrella de 8 puntas, evocando a las 8 provincias de Andalucía; la cual podemos encontrar en numerosos lugares de tradición histórica, representando nuestra cultura ancestral. Tiene las puntas redondeadas para dotar al logo de un carácter amable y cercano.

La estrella interior representa al Sol que ilumina nuestros productos agroalimentarios y pesqueros. Además, hace alusión al asterisco de distinción que se utiliza en muchas ocasiones para poner en relieve cualquier aspecto que queramos destacar.

La identidad visual de la marca Gusto del Sur se presenta con una doble funcionalidad: como sello de calidad y como marca paraguas. A continuación, se explica cada uno de estos roles para ayudar a los destinatarios a tomar decisiones informadas en cada situación.

### **Sello de Calidad: Certificación de Productos Diferenciados de Andalucía.**

**Función principal:** Certificar la calidad de los productos diferenciados de Andalucía, según la aplicación del Decreto 153/2023.

**Uso:** Este aspecto de la identidad visual actúa como un distintivo de calidad para productos específicos que cumplen con los estándares establecidos por el Decreto mencionado.

**Mensaje:** Indica que el producto ha sido certificado como de alta calidad según los estándares establecidos, brindando confianza a los consumidores.

### **Marca Paraguas de la Promoción Agroalimentaria Andaluza**

**Función principal:** Actuar como la marca que representa y promueve la diversidad y calidad de los productos agroalimentarios de Andalucía.

**Uso:** Se utiliza para promocionar y respaldar una amplia gama de productos agroalimentarios de la región, creando una identidad unificada.

**Mensaje:** Representa la excelencia, calidad y diversidad de los productos agroalimentarios de Andalucía.

Este Manual de estilo busca proporcionar claridad sobre cómo aplicar y utilizar la identidad visual de “Gusto del Sur” en sus dos roles distintos, permitiendo a los destinatarios tomar decisiones acertadas en función del contexto y los objetivos específicos que deseen alcanzar.

**LOGOTIPO**



**LOGOTIPO**

SELLO

**4.1.1**

## 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.1.1 SELLO DE CALIDAD GUSTO DEL SUR

#### VERSIÓN 1: LOGOTIPO PRINCIPAL

Vertical



Horizontal



La morfología y distribución del logotipo atiende a las diferentes necesidades de comunicación.

Se recomienda aplicar el logotipo siempre que se pueda en su versión vertical, con fondo blanco (positivo).

Cuando Gusto del Sur se utilice como sello de calidad, el logotipo de la Junta firmará los materiales cumpliendo con el manual de uso general de la marca Junta de Andalucía.

**Como excepción:** en los envases de los productos agroalimentarios de las empresas que hayan sido autorizadas por la Consejería al cumplir el Decreto no aparecerá en ningún caso la marca de la Junta de Andalucía. Y la única versión que podrá utilizarse será la del logotipo principal.

**Nota:** la aplicación en los envases está recogida en el Manual de Identidad Gráfica de la Gusto del Sur.

Nunca podrán aparecer dos logotipos Gusto del Sur en la misma pieza creativa. Si se decide que el material que se desarrolla es para comunicar sello de calidad, el logotipo que firma será solo el de la Junta de Andalucía.

## 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.1.1 SELLO DE CALIDAD GUSTO DEL SUR

#### VERSIÓN 2: LOGOTIPO CON DESCRIPTIVO

Vertical  
con descriptivo



ES CALIDAD.  
ES ANDALUCÍA.

Horizontal  
con descriptivo



ES CALIDAD. ES ANDALUCÍA.

La identidad visual de Gusto del Sur se completa con el descriptivo "ES CALIDAD, ES ANDALUCÍA."

Su uso está prohibido para señalar los envases de los productos de las empresas que hayan sido autorizadas por la Consejería al cumplir el decreto.

## 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.1.1 SELLO DE CALIDAD GUSTO DEL SUR

#### VERSIÓN 3: LOGOTIPO CON DESCRIPTIVO Y BANDA ESTRELLADA

El logotipo de Gusto del Sur se aplicará sobre un elemento gráfico de fondo de color rectangular con final estrellado, en aquellos espacios donde se quiera tener especial protagonismo.

Esta forma de uso se recomienda para aplicaciones corporativas de marca e irá siempre acompañado en la firma por el logo de la Junta de Andalucía.

En las aplicaciones gráficas de las diferentes piezas se proponen ambos usos, para elegir en función del carácter o los objetivos de comunicación que se quieran cumplir.

Su uso está prohibido para señalar los envases de los productos de las empresas que hayan sido autorizadas por la Consejería al cumplir el decreto. Se permite su utilización para la actividad de promoción del sello de calidad y los productos de *merchandising* encargados por la Consejería.





## 4. IDENTIDAD VISUAL

## PRODUCTOS ACREDITADOS

Según la normativa vigente que regula la marca Gusto del Sur, la marca podrá ser utilizada en los productos agroalimentarios y pesqueros para los que haya sido autorizado su uso, una vez inscritos en el Registro de Productos con Gusto del Sur.

Junto con la solicitud de autorización deberá presentarse el proyecto de localización en el etiquetado de la marca Gusto del Sur que será revisado por la Dirección General competente en materia de calidad agroalimentaria de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, para que ésta dé su aprobación.

En el etiquetado y dentro del mismo campo visual de la marca Gusto del Sur, se hará referencia al número de inscripción que la entidad de certificación tenga en el Registro de Entidades de Inspección y Certificación de Productos Agroalimentarios y Pesqueros en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Este número de inscripción se registrará por las mismas normas de tipografías y reducciones de la marca Gusto del Sur, especificadas en los correspondientes apartados de este manual.

Se muestran ejemplos de la aplicación genérica de la marca Gusto del Sur en una serie de productos:



**LOREM IPSUM**  
750 ml XX%Vol  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris in risus vitae massa ornare tincidunt nec in nisi. Integer tempus nibh dolor, ac vulputate mauris scelerisque quis. Sed imperdiet, justo nec tristique sollicitudin, purus lacus sagittis massa.



**LOGOTIPO**

MARCA

**4.1.2**

## 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.1.2 MARCA PROMOCIONAL GUSTO DEL SUR

#### VERSIÓN 1: LOGOTIPO PRINCIPAL

Vertical



Horizontal



La morfología y distribución del logotipo atiende a las diferentes necesidades de comunicación.

Se recomienda aplicar el logotipo siempre que se pueda en su versión vertical, con fondo blanco (positivo).

## 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.1.2 MARCA PROMOCIONAL GUSTO DEL SUR

#### VERSIÓN 2: LOGOTIPO CON DESCRIPTIVO

**Vertical  
con descriptivo**



**gusto  
del Sur**

ES CALIDAD.  
ES ANDALUCÍA.

**Horizontal  
con descriptivo**



**gusto  
del Sur**

ES CALIDAD. ES ANDALUCÍA.

La identidad visual de Gusto del Sur se completa con el descriptivo "ES CALIDAD, ES ANDALUCÍA."

Se permite su utilización como marca paraguas en acciones de comunicación, publicidad y promoción de los productos agroalimentarios y bebidas de Andalucía.

#### 4. IDENTIDAD VISUAL

## 4.1.2 MARCA PROMOCIONAL GUSTO DEL SUR

### CONVIVENCIA CON LOGO DE LA JUNTA

Cuando Gusto del Sur se utilice como marca promocional, convivirá con el logotipo de la Junta de Andalucía, cumpliendo con el manual de uso general de la marca Junta de Andalucía.

Convivencia vertical del logo  
a color en versión vertical

Opción A



Convivencia horizontal del logo  
a color en versión vertical

Opción B



#### 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.1.2 MARCA PROMOCIONAL GUSTO DEL SUR

#### CONVIVENCIA CON LOGO DE LA JUNTA

##### Opción A

Convivencia vertical del logo en positivo en versión vertical



##### Opción B

Convivencia horizontal del logo en positivo en versión vertical

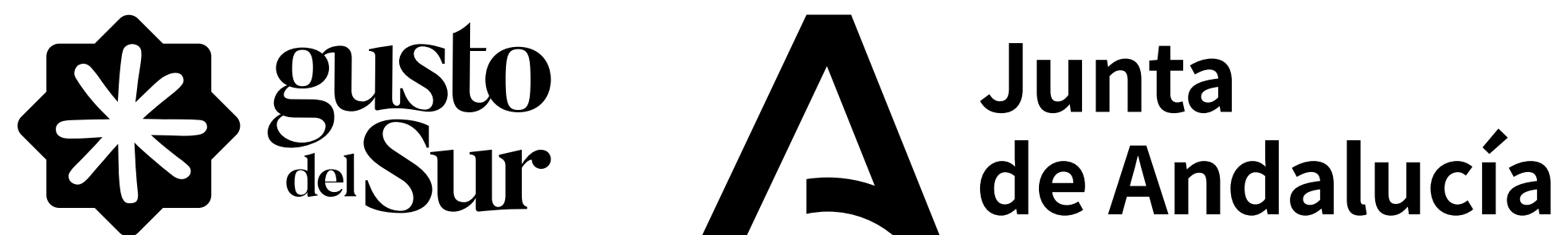


#### 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.1.2 MARCA PROMOCIONAL GUSTO DEL SUR

#### CONVIVENCIA CON LOGO DE LA JUNTA

Convivencia horizontal del logo  
a color y en negro en versión horizontal



## 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.1.2 MARCA PROMOCIONAL GUSTO DEL SUR

#### CONVIVENCIA CON LOGO DE LA JUNTA Y CONSEJERÍA

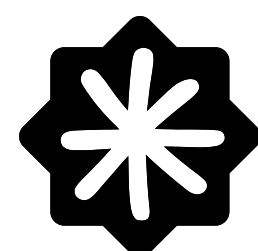
Convivencia horizontal del logo en versión vertical con consejería



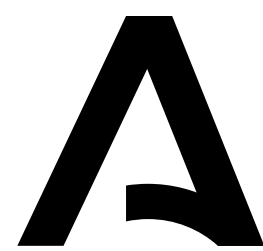
**gusto  
del Sur**



**Junta de Andalucía**  
Consejería de Agricultura,  
Pesca, Agua y Desarrollo Rural



**gusto  
del Sur**



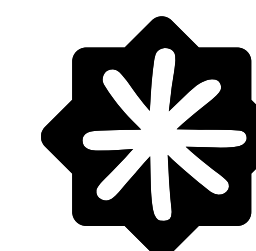
**Junta de Andalucía**  
Consejería de Agricultura,  
Pesca, Agua y Desarrollo Rural



Convivencia vertical del logo en versión vertical con consejería



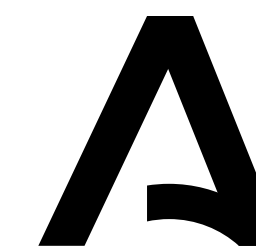
**gusto  
del Sur**



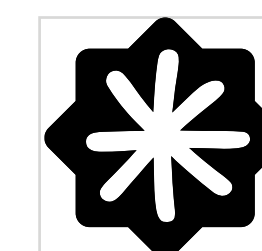
**gusto  
del Sur**



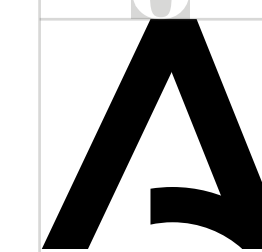
**Junta de Andalucía**  
Consejería de Agricultura,  
Pesca, Agua y Desarrollo Rural



**Junta de Andalucía**  
Consejería de Agricultura,  
Pesca, Agua y Desarrollo Rural



**gusto  
del Sur**



**Junta de Andalucía**  
Consejería de Agricultura,  
Pesca, Agua y Desarrollo Rural



**LOGOTIPO**

APLICACIONES

**4.1.3**

## 4. IDENTIDAD VISUAL

## 4.1.3 APLICACIONES COMUNES DEL LOGOTIPO GUSTO DEL SUR

## ÁREA DE SEGURIDAD Y CONSTRUCCIÓN



Se ha establecido un área de seguridad mínima entre el logotipo y otros elementos externos (texto, imagen...), con el fin de mantener un equilibrio tanto a pequeña como a gran escala, sin interferir en la percepción y lectura de la marca.



## 4. IDENTIDAD VISUAL

## 4.1.3 APLICACIONES COMUNES DEL LOGOTIPO GUSTO DEL SUR

## TAMAÑO MÍNIMO PARA IMPRESIÓN



Se ha buscado un tamaño mínimo donde se pueda mantener un equilibrio a pequeña escala entre la percepción y lectura de la marca.

Cuando se use el sello en los productos de las empresas autorizadas, deberá ir el logotipo completo (imagotipo + leyenda)



- Para el uso del logotipo en tamaños menores a 14 mm, sólo se utilizará la estrella.

## 4. IDENTIDAD VISUAL

## 4.1.3 APLICACIONES COMUNES DEL LOGOTIPO GUSTO DEL SUR

## USOS INCORRECTOS

Intercambio  
de colorUso de  
otro colorModificar  
tamañosModificar  
disposición

El logotipo no debe ser alterado o modificado en cuanto a la proporción original entre sus elementos, colores y disposición de los mismos, con el objeto de asegurar su funcionalidad y correcto uso.

Cualquier alteración de forma, color o planteamiento que no esté reflejado en este manual de identidad se considerará incorrecto.

Modificar  
tipografíaUsar imagen  
como fondoLogotipo  
con sombraDistorsión del  
logotipo

## 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.1.3 APLICACIONES COMUNES DEL LOGOTIPO GUSTO DEL SUR

#### ADAPTACIONES A IDIOMAS



**gusto**  
del **Sur**

ES CALIDAD.  
ES ANDALUCÍA.

Versión español



**gusto**  
del **Sur**

IT'S QUALITY.  
IT'S ANDALUCÍA.

Versión inglés

**ESTILO  
GRÁFICO**

**4.2**

## 4. IDENTIDAD VISUAL

# 4.2.1 TIPOGRAFÍAS

## Butler

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQ  
RSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
0123456789

Light  
ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqr  
stuvwxyz  
0123456789

Medium  
ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqr  
stuvwxyz  
0123456789

Bold  
ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqr  
stuvwxyz  
0123456789

Para la comunicación de la marca en diferentes soportes usaremos dos tipografías distintas.

**La principal: *Butler***, empleándola en titulares, destacados, o encabezados en función de sus diferentes pesos.

Se trata de una tipografía con una personalidad muy marcada, como tenemos en el sur. Tiene un estilo clásico pero está modernizada. Cuenta con una familia amplia que permite jugar con diferentes pesos para jerarquizar la información en nuestras comunicaciones.

## 4. IDENTIDAD VISUAL

# 4.2.1 TIPOGRAFÍAS

*La tipografía secundaria: **Avenir***, para la comunicación de la marca en textos corridos. Se trata de una tipografía con una alta legibilidad y una familia amplia que permite jugar con diferentes pesos para jerarquizar la información en textos largos.

Avenir

ABCDEFGHIJKLMNÑOPOQ

RSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789

Light

ABCDEFGHIJKLM

NÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñop

qrstuvwxyz

0123456789

Medium

ABCDEFGHIJKLM

NÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñop

qrstuvwxyz

0123456789

Black

**ABCDEFGHIJKLM**

**NÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnñop**

**qrstuvwxyz**

**0123456789**



## 4. IDENTIDAD VISUAL

## 4.2.2 COLORES

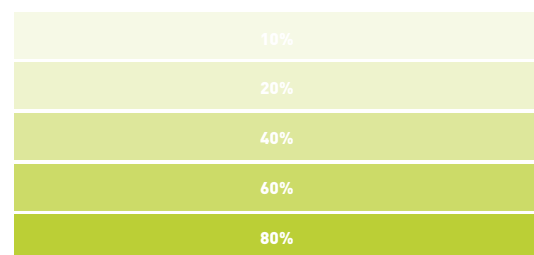
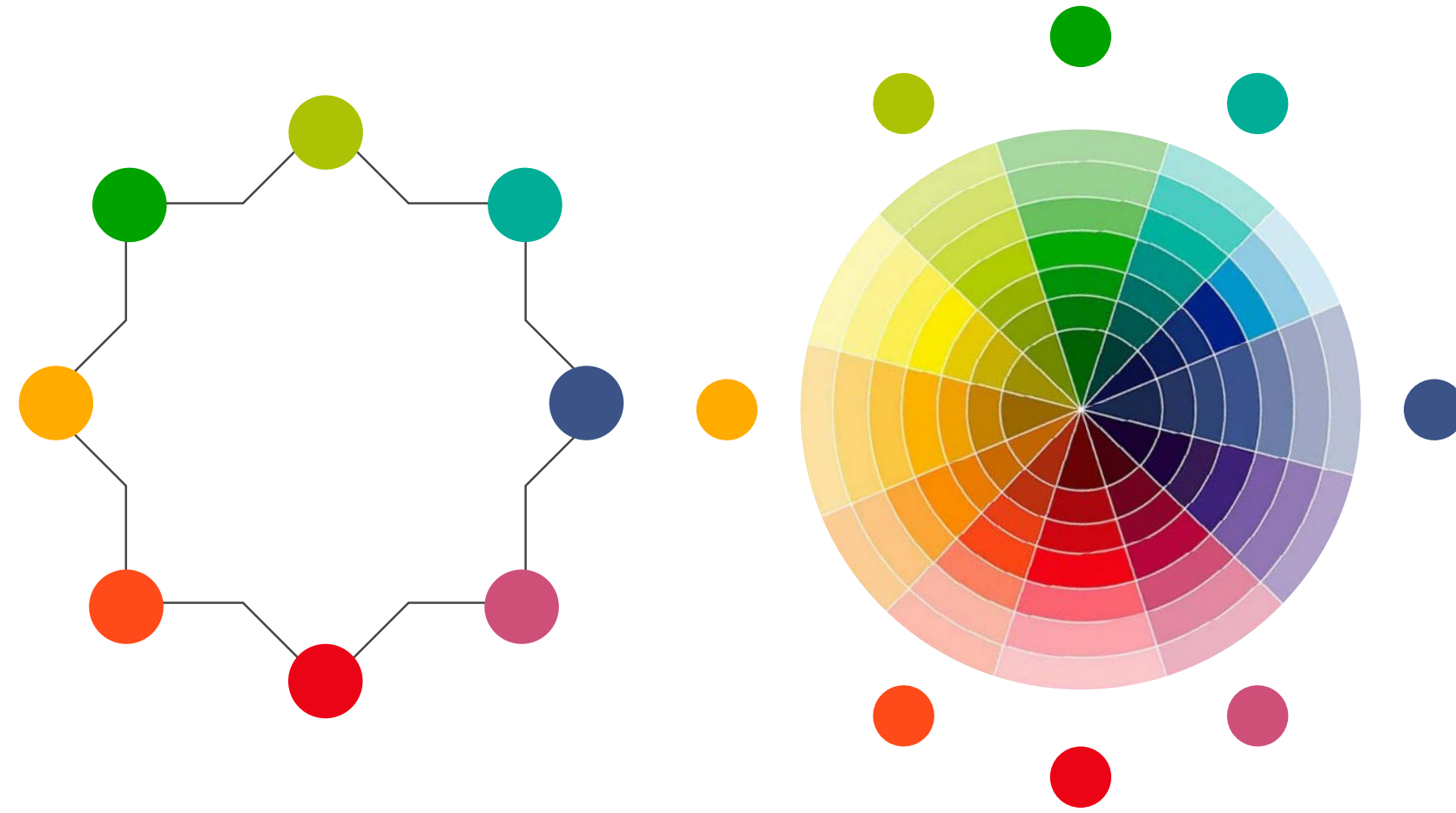
El color reúne una serie de valores y connotaciones derivados del significado de marca. Una buena selección de color ayuda a hacer más visible la identidad, así como a promover un mayor recuerdo en la mente del consumidor.

En este caso se ha optado por un color principal verde, que le atribuye a la marca un aspecto fresco, saludable, sostenible y muy en consonancia con la imagen corporativa de la comunidad autónoma andaluza.

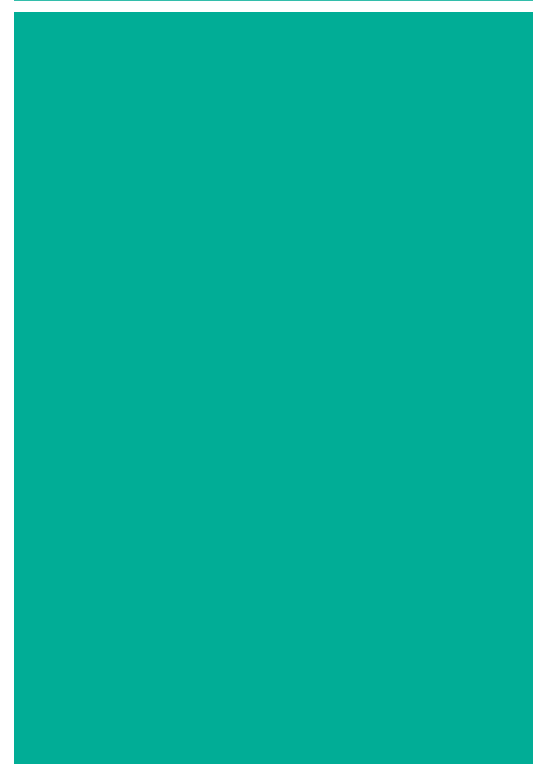
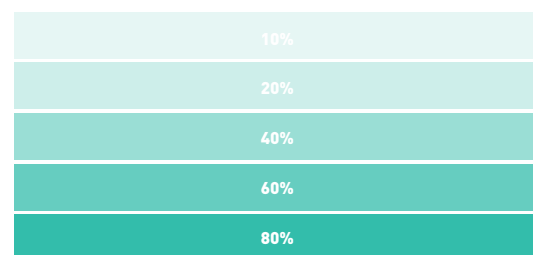
10%	10%	10%	10%	10%
20%	20%	20%	20%	20%
40%	40%	40%	40%	40%
60%	60%	60%	60%	60%
80%	80%	80%	80%	80%
<b>PANTONE 340C</b> RGB <b>0, 104, 55</b> CMYK <b>90, 32, 93, 25</b> <b>#006837</b>	<b>PANTONE 3395C</b> RGB <b>34, 181, 115</b> CMYK <b>74, 0, 79, 0</b> <b>#22b573</b>	<b>PANTONE Black 7C</b> RGB <b>60, 60, 60</b> CMYK <b>66, 57, 55, 60</b> <b>#3c3c3b</b>	<b>Blanco</b> RGB <b>255, 255, 255</b> CMYK <b>0, 0, 0, 0</b> <b>#ffffff</b>	<b>Degradado</b> PANTONE <b>340C</b> PANTONE <b>3395C</b> ÁNGULO <b>60° ↗</b>

## 4. IDENTIDAD VISUAL

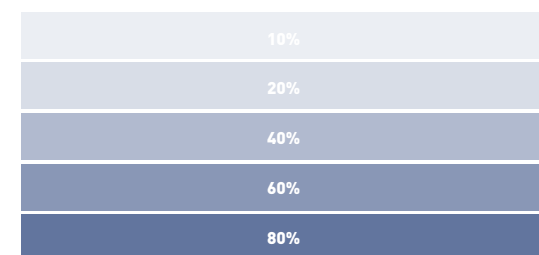
# 4.2.2 COLORES COMPLEMENTARIOS



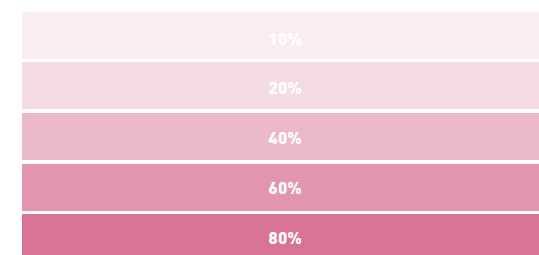
PANTONE 390C  
C42 M4 Y100 K0  
R179 G195 B20  
#aac313



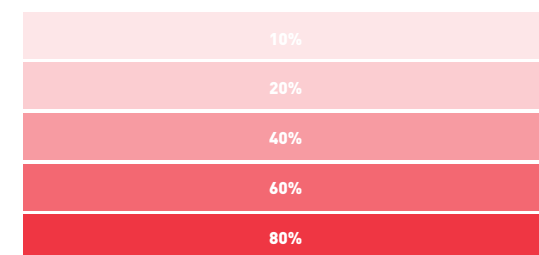
PANTONE 3262C  
C76 M1 Y50 K0  
R5 G173 B151  
#04ad96



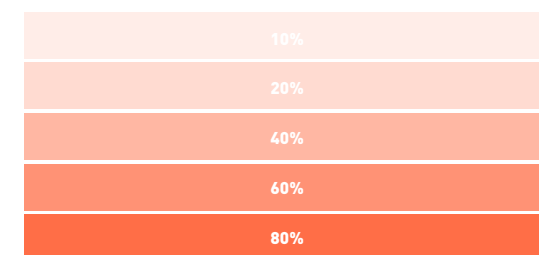
PANTONE 287C  
C85 M68 Y22 K6  
R59 G83 B135  
#3b5387



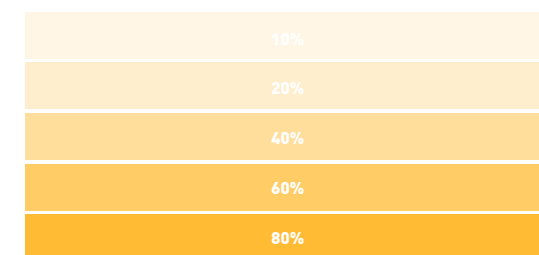
PANTONE 240C  
C16 M80 Y28 K3  
R205 G79 B121  
#cc4e78



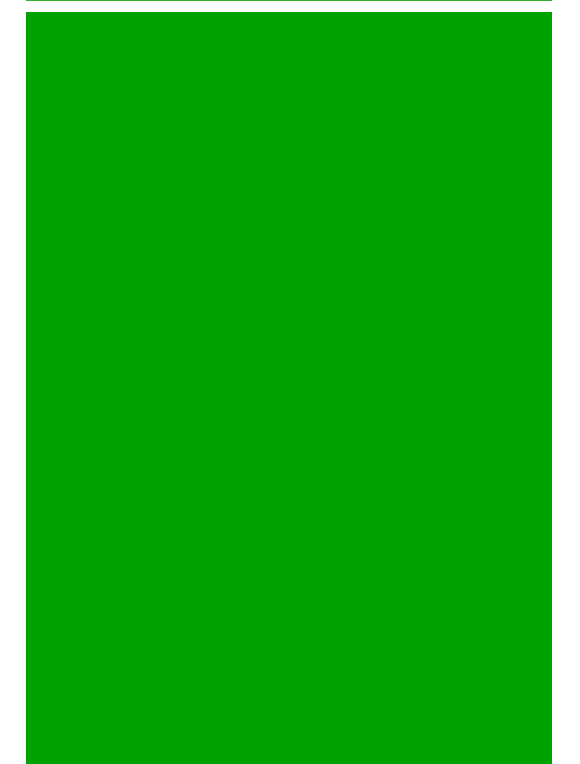
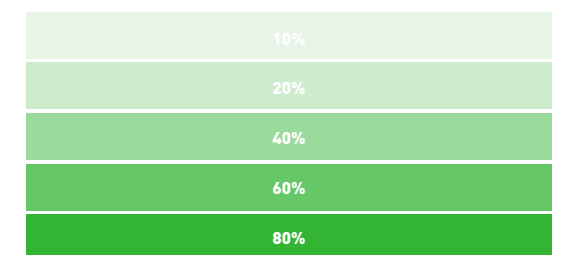
PANTONE 185C  
C0 M98 Y94 K0  
R228 G21 B28  
#e3151c



PANTONE 172C  
C0 M81 Y88 K0  
R233 G76 B40  
#e94c28



PANTONE 7408C  
C0 M39 Y94 K0  
R248 G169 B17  
#f8a911



PANTONE 354C  
C81 M2 Y100 K0  
R8 G163 B57  
#08a339

## 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.2.3 ESTILO FOTOGRÁFICO

El objetivo es conseguir una personalidad muy relevante en las imágenes, para que consigamos crear un estilo propio y diferenciado, reconocible en si mismo.

Somos una marca moderna, actual y referente, y debemos comportarnos como tal.

Su estilo visual debe apostar por generar esa sensación, buscando siempre que la representación de los productos generen apetencia, deseo de consumirlos. Se trabajará con un estilo de **imágenes evocadoras**, con un tratamiento de composición y luz de editorial inspirado en las grandes marcas de consumo.

Preferentemente se incorporarán en las escenas referencias humanas, con algún elemento que los represente; manos, sombras...

En la composición, se trabajarán perspectivas que favorezcan la importancia del producto, como planos cenitales o con perspectivas que rompan los equilibrios, favoreciendo la captación de atención y mostrando una personalidad arriesgada.

#### Andalucía es Luz.

La representación de la luz es muy importante para el estilo visual.

Esta característica es un rasgo clave en la personalidad reconocida de Andalucía, y así debemos representarla.

Vamos a trabajar con luces **intensas** y **cálidas**, desde ángulos marcados, que provoquen un interesante **juego en las sombras**.

La gama cromática estará marcada por esta **luz**, trabajando siempre con **colores intensos, vivos y alegres**.

Las personas interactuarán con los productos, con dos posibles formas; desde el punto de vista del productor, haciendo hincapié en el cuidado y saber hacer. Desde el punto de vista del consumidor, reflejando el momento de disfrute y placer culinario.

4. IDENTIDAD VISUAL

# 4.2.3 ESTILO FOTOGRÁFICO



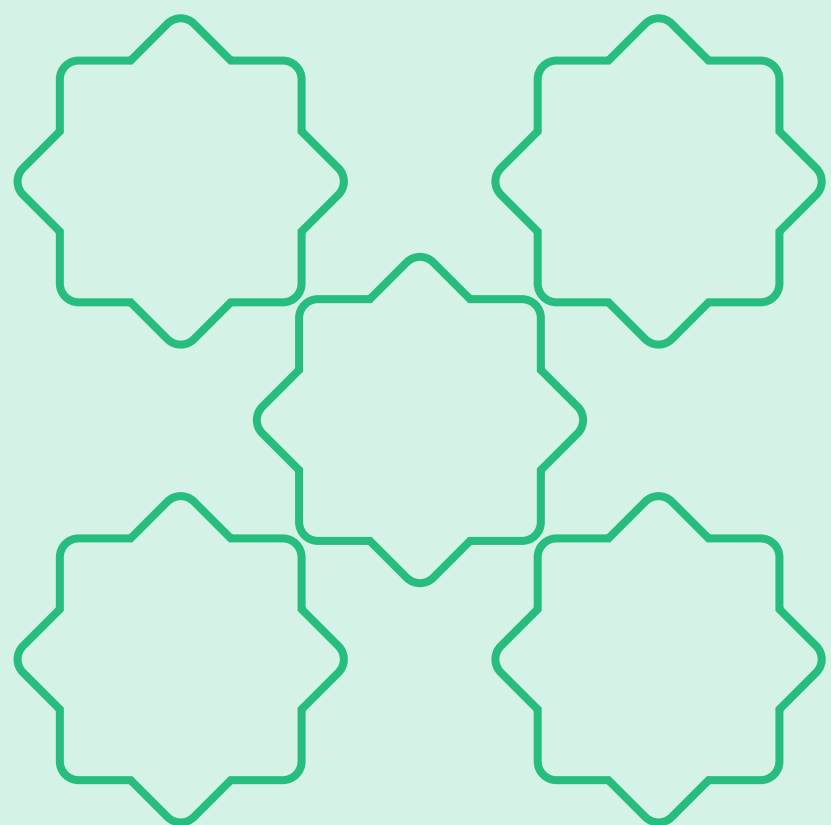
#### 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.2.3 ESTILO FOTOGRÁFICO

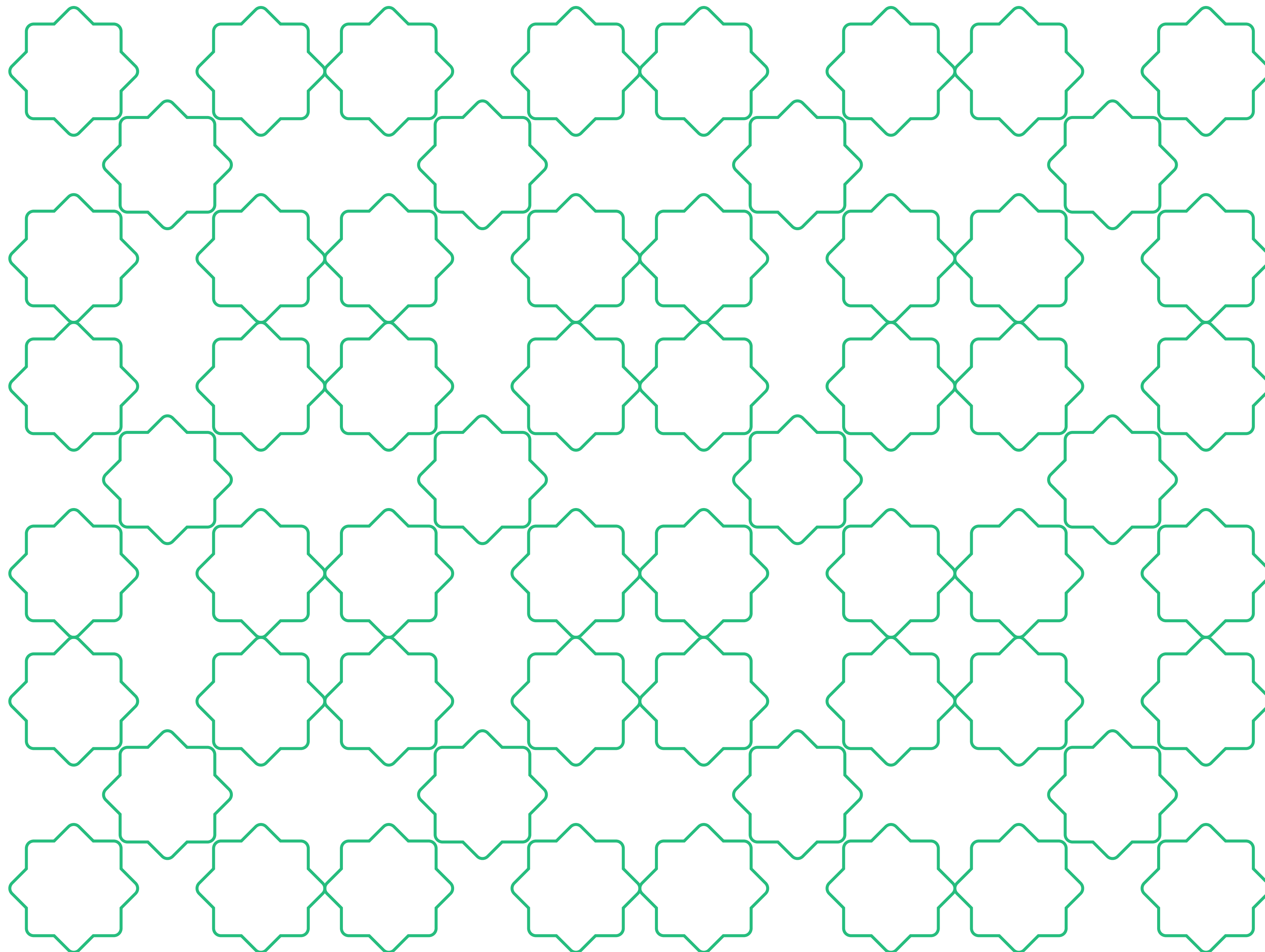


## 4. IDENTIDAD VISUAL

### 4.2.4 PATTERN



Incorporamos una trama basada en la repetición de la estrella del símbolo, para personalizar espacios e imágenes con la marca. Esta trama se usará como complemento al logotipo, para marcar espacios determinados, como recurso decorativo en piezas de *merchandising*, y otras aplicaciones conjuntas de marca como stand feriales.



# APLICACIONES PROMOCIONALES

# 4.3

**Nota:** Para la colocación del logo de la Junta de Andalucía, hemos seguido las indicaciones del manual de identidad corporativa de la Junta: [https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2022-09/Manual-IC-JdA\\_23-9-22.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2022-09/Manual-IC-JdA_23-9-22.pdf)

En el caso de que haya cambios en dicho manual y se permita poner el logo en otro lugar, se aplicará el nuevo criterio en las piezas de este manual.

Si alguna de las piezas está cofinanciada por Fondos Europeos, se seguirá las indicaciones recogida en el manual de identidad corporativa de los Fondos Europeos 2021-2027. [https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/inline-files/2024/02/Manual\\_8FEB%20%281%29.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/inline-files/2024/02/Manual_8FEB%20%281%29.pdf)

## 4. IDENTIDAD VISUAL

## CARPETAS

A. Sello



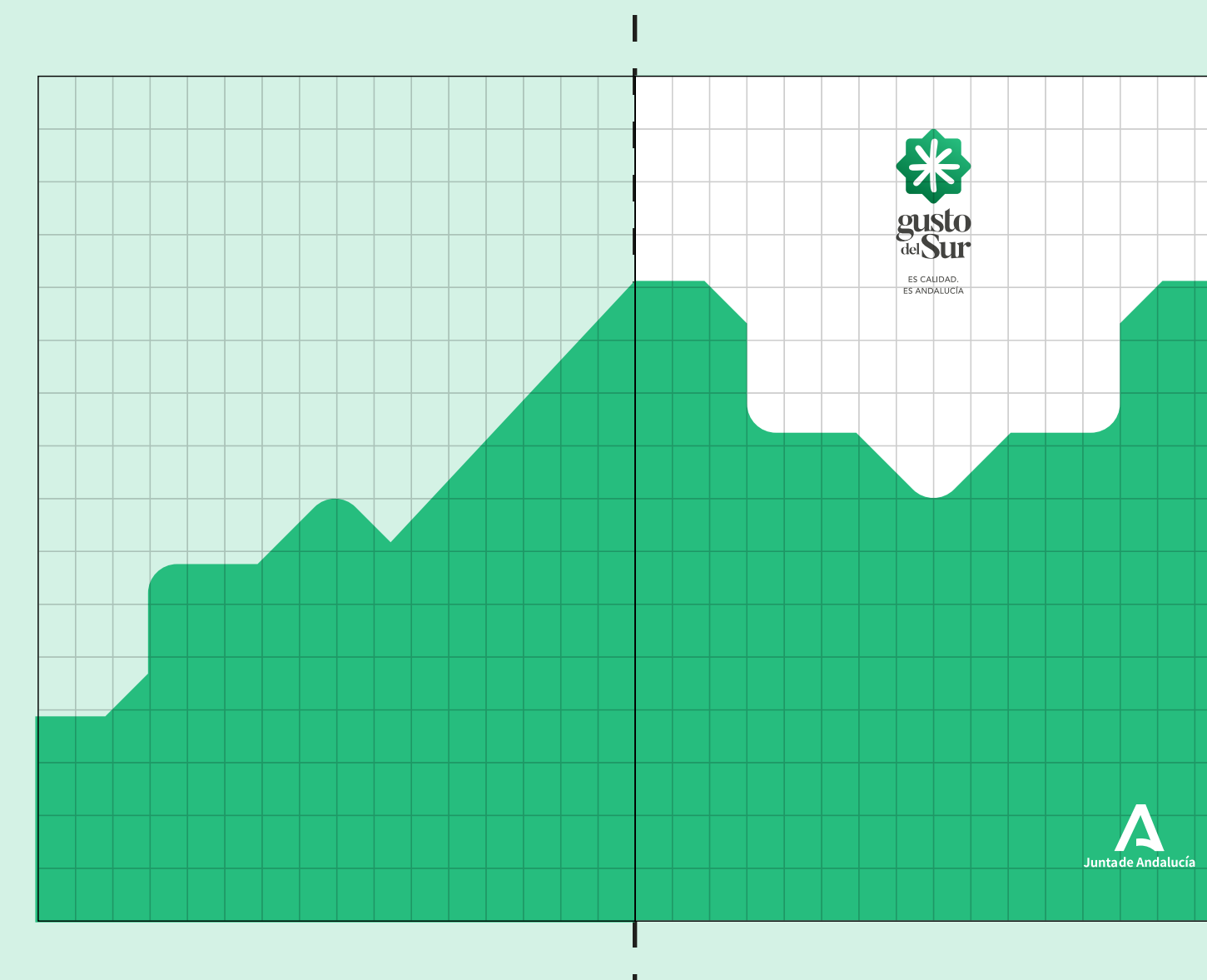
B. Marca (Logotipos en vertical)



C. Marca (Logotipos en horizontal)



**Nota:** Es un ejemplo, no es necesario que en el diseño de cada uno de los materiales se combinen formas en la imágenes y patterns. En cada una de las piezas hay que determinar si es necesario incluir fondos planos, textos con las tipografías corporativas, paternos y/o imágenes. El objetivo es transmitir una imagen de calidad actual.



CARPETA ABIERTA

**Nota:** es posible que en el diseño se utilicen cualquiera de las versiones de Gusto del Sur como marca y su convivencia con el logotipo institucional.



## 4. IDENTIDAD VISUAL

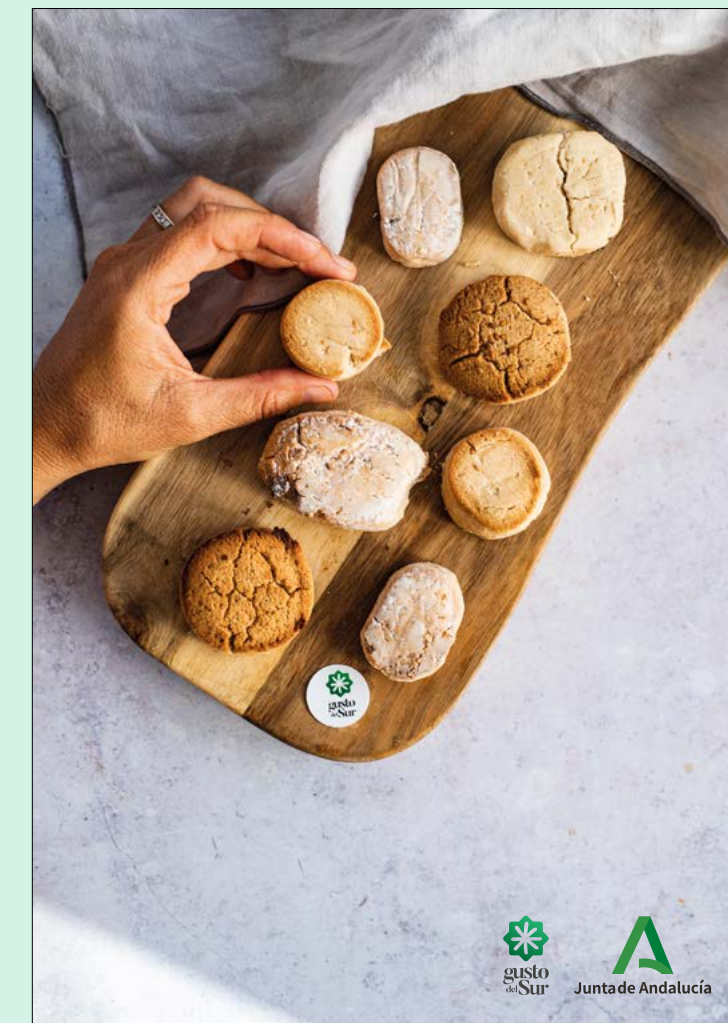
## CARTELERÍA

**Nota:** Es un ejemplo, no es necesario que en el diseño de cada uno de los materiales se combinen formas en las imágenes y patterns. En cada una de las piezas hay que determinar si es necesario incluir fondos planos, textos con las tipografías corporativas, patens y/o imágenes. El objetivo es transmitir una imagen de calidad actual.

## A. Sello



## B. Marca



**Nota:** es posible que en el diseño se utilicen cualquiera de las versiones de Gusto del Sur como marca y su convivencia con el logotipo institucional.

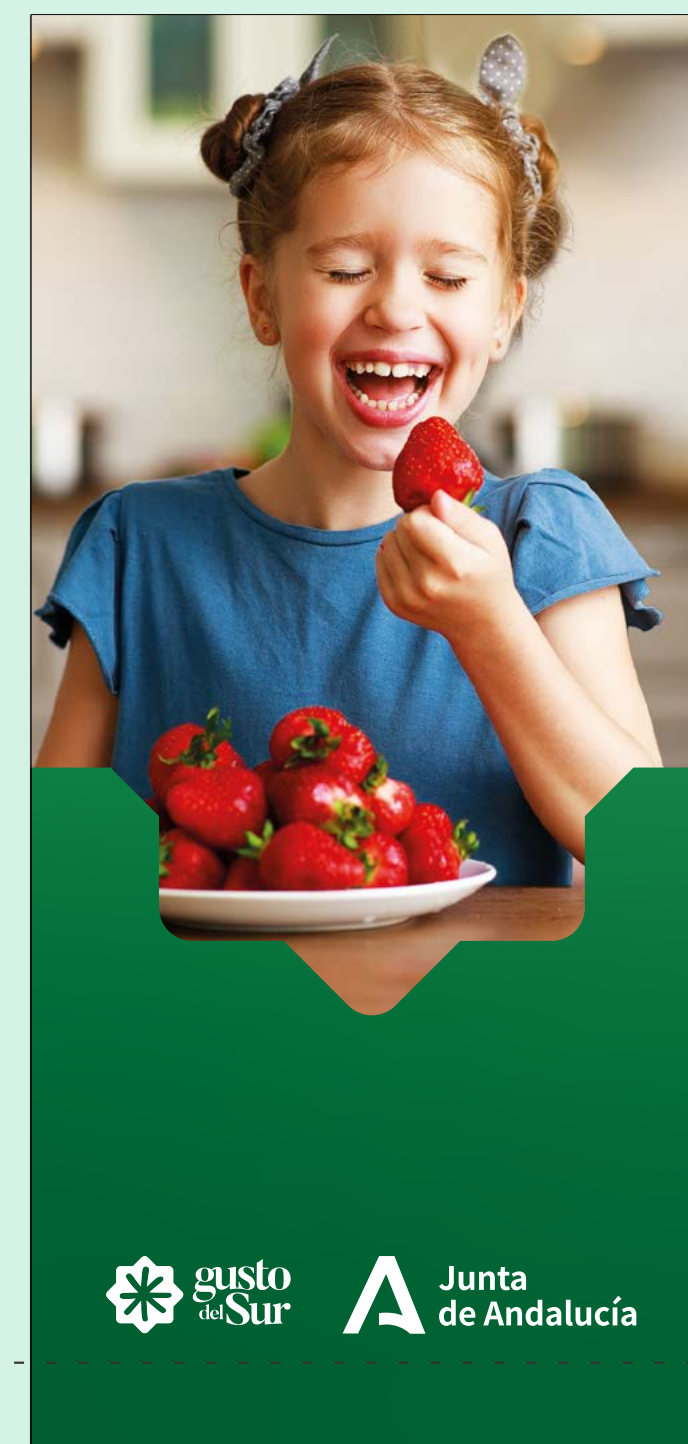
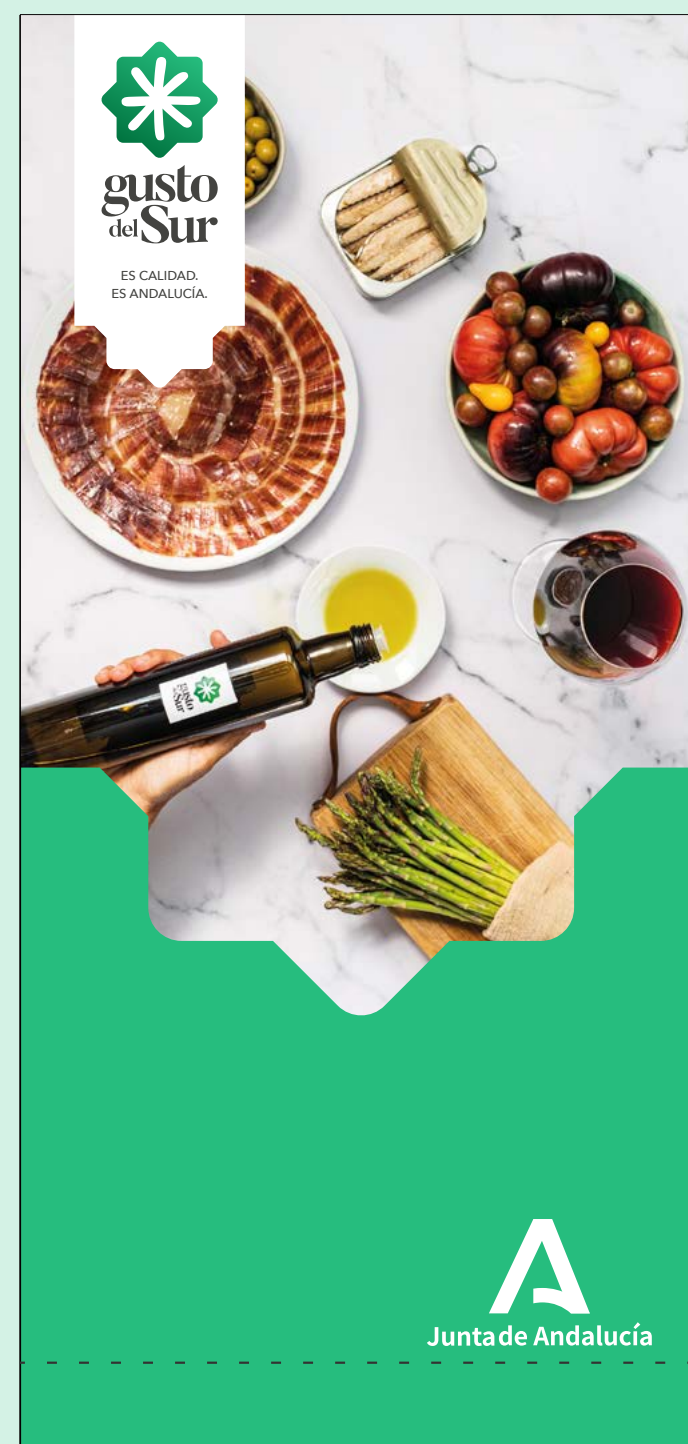
## 4. IDENTIDAD VISUAL

## ENARAS

**Nota:** Es un ejemplo, no es necesario que en el diseño de cada uno de los materiales se combinen formas en las imágenes y patterns. En cada una de las piezas hay que determinar si es necesario incluir fondos planos, textos con las tipografías corporativas, patens y/o imágenes. El objetivo es transmitir una imagen de calidad actual.

## A. Sello

## B. Marca



Área de respeto

**Nota:** es posible que en el diseño se utilice cualquiera de las aplicaciones de Gusto del Sur cuando actúa como sello de calidad.

**Nota:** es posible que en el diseño se utilicen cualquiera de las versiones de Gusto del Sur como marca y su convivencia con el logotipo institucional.

**Nota:** según el manual de la Junta de Andalucía, en las enaras hay que dejar un área de respeto en el margen inferior.

## 4. IDENTIDAD VISUAL

# PANEL DE PRENSA

### A. Marca (Logotipos en positivo)



### B. Marca (Logotipos en negativo)



**Nota:** es posible que en el diseño se utilicen cualquiera de las versiones de Gusto del Sur como marca y su convivencia con el logotipo institucional.

## 4. IDENTIDAD VISUAL

# PHOTOCALL

**A. Sello** (Logotipos en positivo)



**B. Sello** (Logotipos en negativo)



**Nota:** es posible que en el diseño se utilice cualquiera de las 2 aplicaciones de Gusto del Sur cuando actúa como sello de calidad.

## 4. IDENTIDAD VISUAL

## FOLLETO

## A. Sello



## B. Marca (Logotipos en positivo)



## C. Marca (Logotipos en negativo)



**Nota:** Es un ejemplo, no es necesario que en el diseño de cada uno de los materiales se combinen formas en las imágenes y patterns. En cada una de las piezas hay que determinar si es necesario incluir fondos planos, textos con las tipografías corporativas, patens y/o imágenes. El objetivo es transmitir una imagen de calidad actual.

**Nota:** es posible que en el diseño se utilicen cualquiera de las versiones de Gusto del Sur como marca y su convivencia con el logotipo institucional.

## 4. IDENTIDAD VISUAL

## BANDEROLA (Cartelería)

A. Sello



B. Marca (Logotipos en vertical)



C. Marca (Logotipos en horizontal)



**Nota:** Es un ejemplo, no es necesario que en el diseño de cada uno de los materiales se combinen formas en la imágenes y patterns. En cada una de las piezas hay que determinar si es necesario incluir fondos planos, textos con las tipografías corporativas, patens y/o imágenes. El objetivo es transmitir una imagen de calidad actual.

**Nota:** es posible que en el diseño se utilice cualquiera de las 2 aplicaciones de Gusto del Sur cuando actúa como sello de calidad.

**Nota:** es posible que en el diseño se utilicen cualquiera de las versiones de Gusto del Sur como marca y su convivencia con el logotipo institucional.

### 4. IDENTIDAD VISUAL

# BOLETÍN

A. Sello



**Sed diam ex  
commodo consequat.  
Solor sit amet,  
adipiscing elit**

Sed diam ex commodo consequat.  
Solor sit amet, adipiscing elit  
ipsum dolor sit amet, consectetur  
adipiscing elit.

B. Marca (Logotipos en vertical)



**Sed diam ex  
commodo consequat.  
Solor sit amet,  
adipiscing elit**

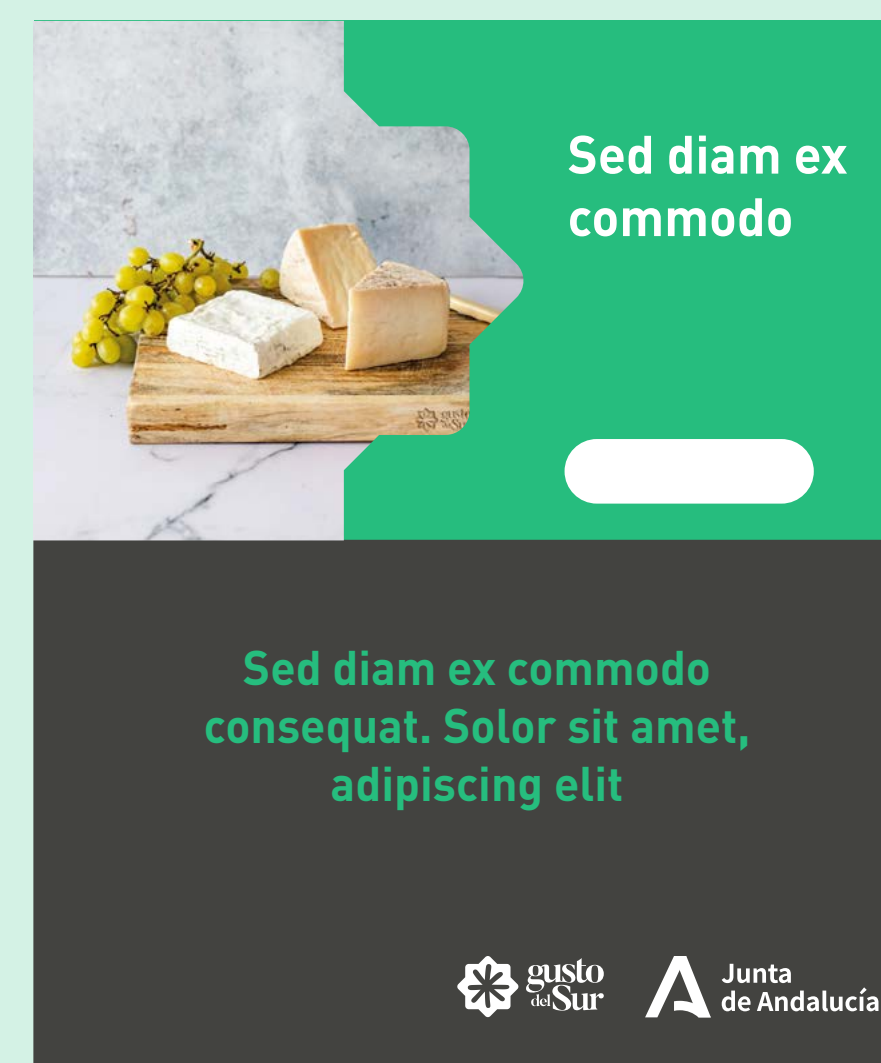
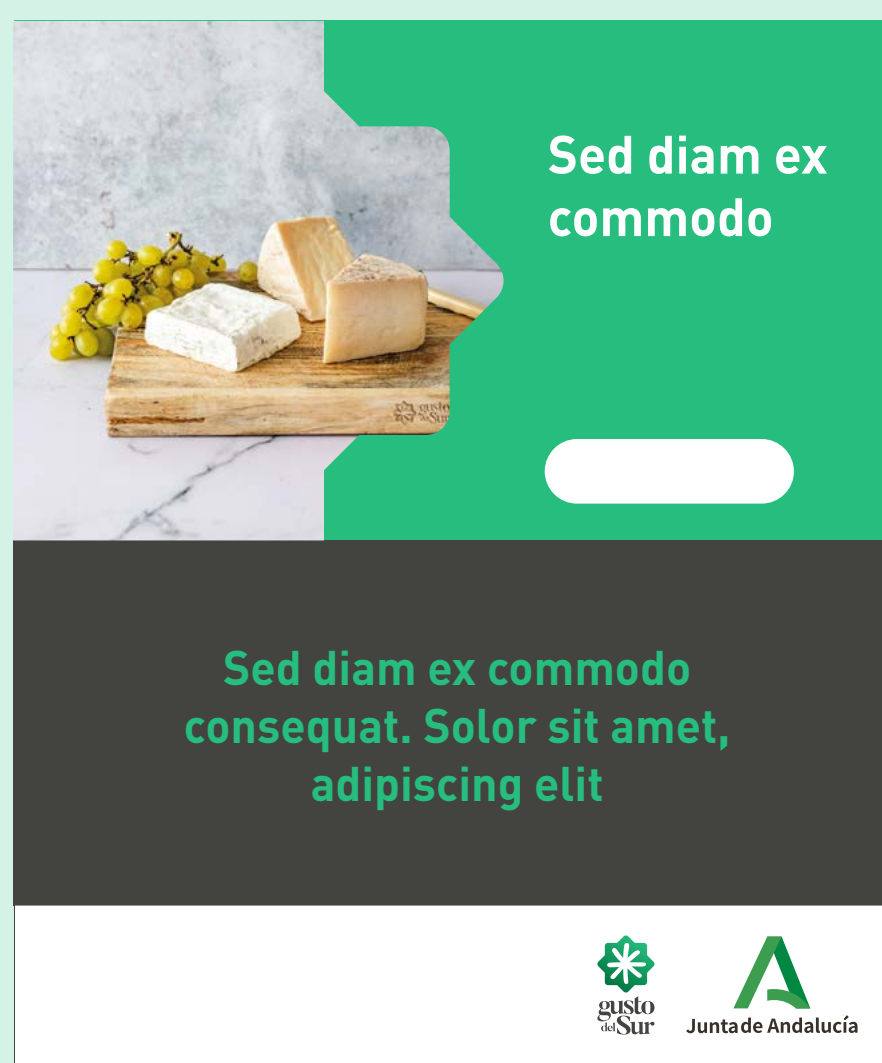
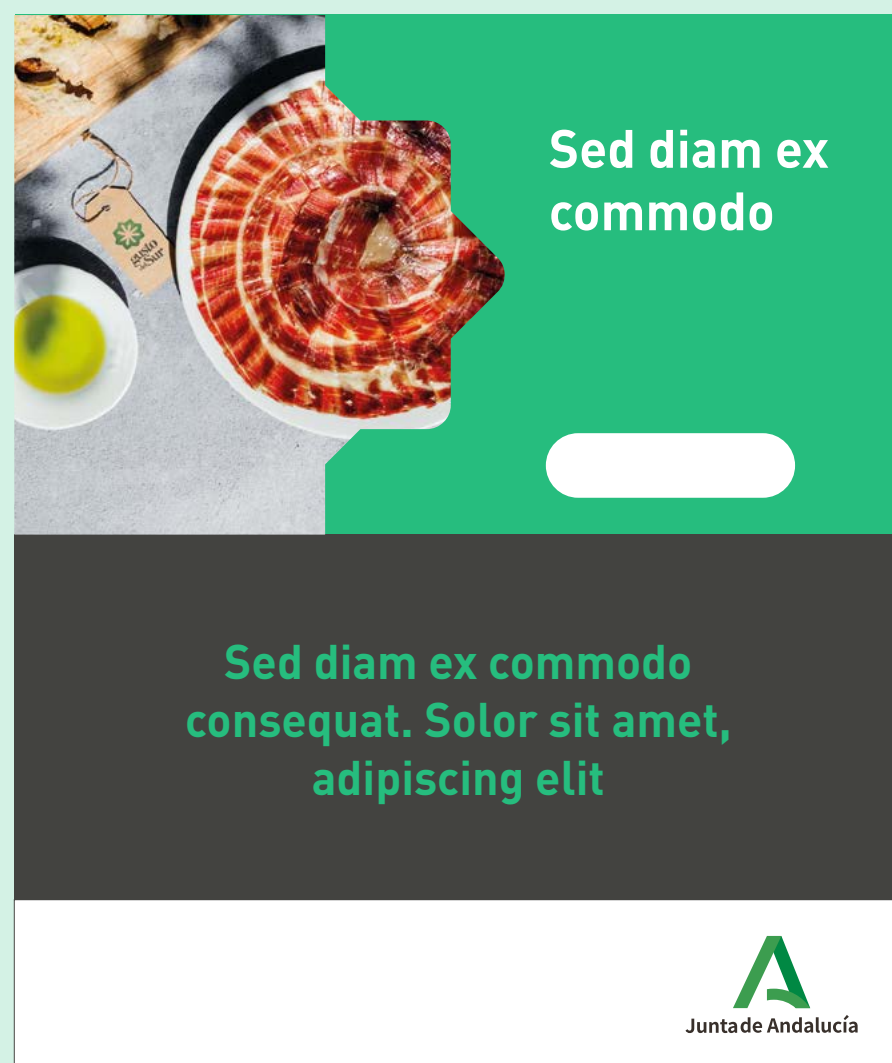
Sed diam ex commodo consequat.  
Solor sit amet, adipiscing elit  
ipsum dolor sit amet, consectetur  
adipiscing elit.

C. Marca (Logotipos en horizontal)



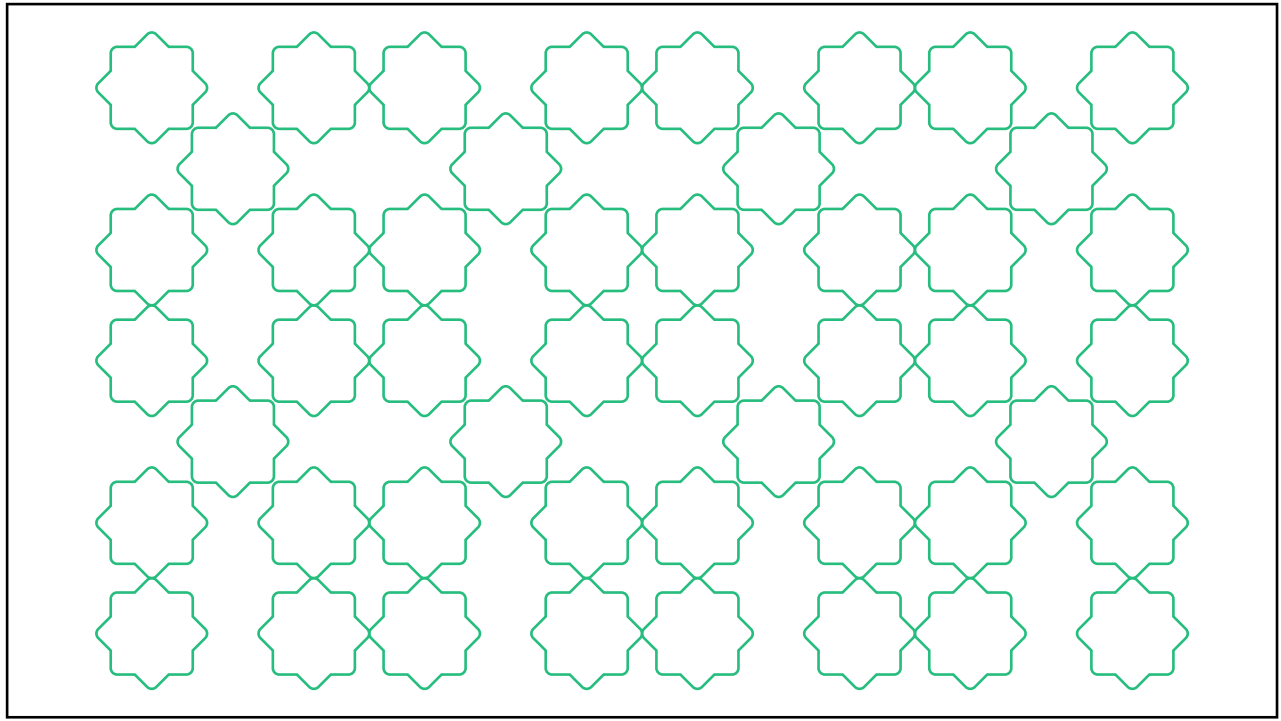
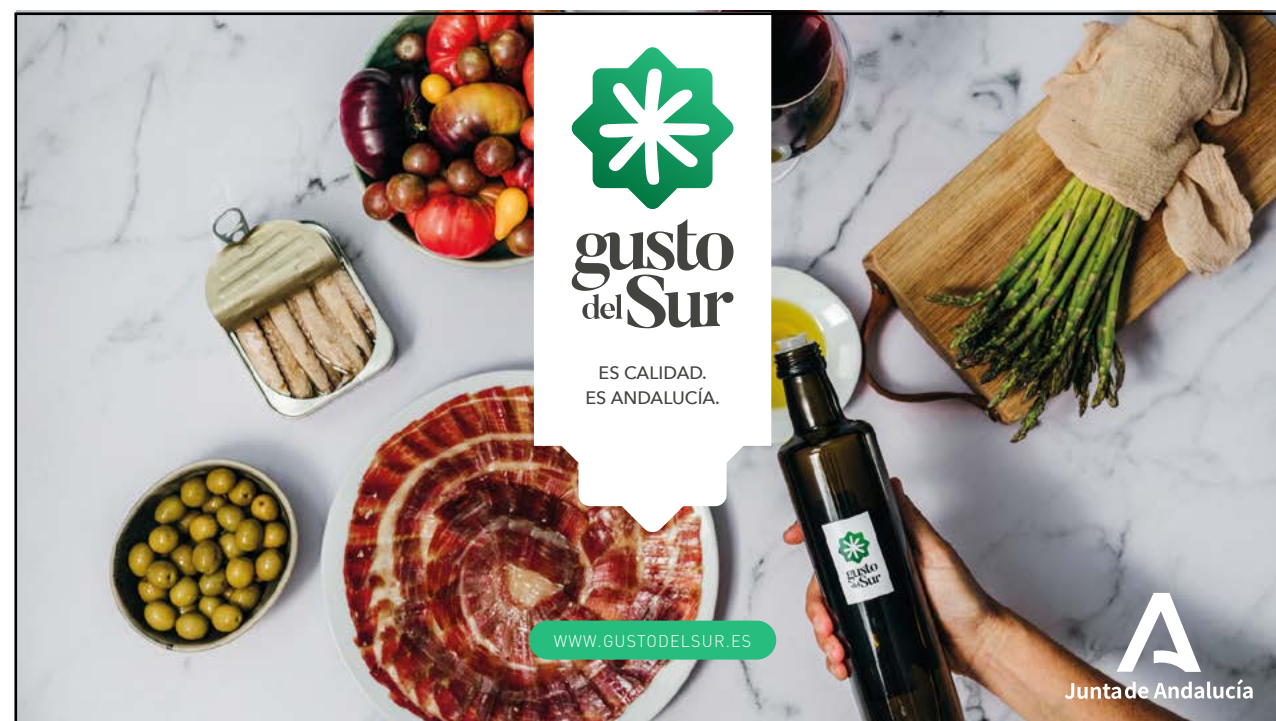
**Sed diam ex  
commodo consequat.  
Solor sit amet,  
adipiscing elit**

Sed diam ex commodo consequat.  
Solor sit amet, adipiscing elit  
ipsum dolor sit amet, consectetur  
adipiscing elit.



### 4. IDENTIDAD VISUAL

# PRESENTACIONES





#### 4. IDENTIDAD VISUAL

# BANNER

A. Sello



B. Marca (Logotipos en vertical)



C. Marca (Logotipos en horizontal)



## 4. IDENTIDAD VISUAL

# RRSS



DESTACADOS  
RRSS



#### 4. IDENTIDAD VISUAL

# CAMISETAS



#### 4. IDENTIDAD VISUAL

# PACKAGING PROMOCIONAL



En este apartado se aplica la marca Gusto del Sur en productos promocionales, que se usan como merchandising por la institución. En el apartado final se determinan las aplicaciones para los productos acreditados.

#### 4. IDENTIDAD VISUAL

# PACKAGING PROMOCIONAL



#### 4. IDENTIDAD VISUAL

# LIBRETAS

A. Sello (Opción 1. Logo Gusto del Sur en portada)



A. Sello (Opción 1. Logo Junta de Andalucía en contraportada)



A. Sello (Opción 2. Logos en portada)



C. Marca



#### 4. IDENTIDAD VISUAL

# PIN / PENDRIVE



## 4. IDENTIDAD VISUAL

# TOTEBAG

A. Sello

B. Marca

**Nota:** Hemos hecho el ejemplo de imagen con una indiana para marcar el espacio, pero podría sustituirse por una imagen diferente.







**gusto  
del Sur**

ES CALIDAD.  
ES ANDALUCÍA.



Junta de Andalucía