



# GASTROCLASS

ALIMENTOS • BEBIDAS • HOSPITALIDAD



COCINA



COCTELERÍA



FORMACIÓN  
Y LIBROS



PRODUCTOS  
E INSUMOS



SERVICIO AL CLIENTE  
Y HOSPITALIDAD

— by Marcos Terán —

CONOCIMIENTO, HERRAMIENTAS Y EXPERIENCIAS

— PARA SERVIR CON EXCELENCIA —

## IDENTIDAD DE MARCA

Filosofía · ADN · colores · voz · promesa

*Una marca creada para transformar  
conocimiento en excelencia de servicio.*



# Una marca que integra oficio, formación y hospitalidad

GASTROCLASS es una plataforma de conocimiento y experiencias para quienes desean aprender, perfeccionar, emprender o elevar un proyecto relacionado con alimentos, bebidas y servicio.

## PROPÓSITO

**Convertir conocimiento gastronómico en herramientas aplicables y experiencias memorables.**

**FORMA**

**personas**

**IMPULSA**

**proyectos**

**ELEVA**

**servicios**



**GASTROCLASS**  
*by Marcos Terán*

# El nombre reúne conocimiento y distinción

## GASTRO

El universo de la cocina, las bebidas, los productos y la hospitalidad.

## CLASS

Evoca clase como aprendizaje, pero también clase como calidad, buen gusto y una manera superior de servir.

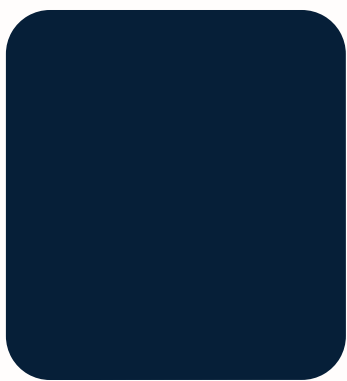
*Juntas, ambas palabras expresan una formación  
con oficio y una ejecución con excelencia.*

# El símbolo reúne todo el ecosistema



- **Toque de chef** conocimiento culinario y oficio
- **Cloche** servicio, cuidado y hospitalidad
- **Copa** bebidas, coctelería y celebración
- **Iniciales GC** una marca integrada y reconocible
- **Hojas de olivo** origen, equilibrio y calidad

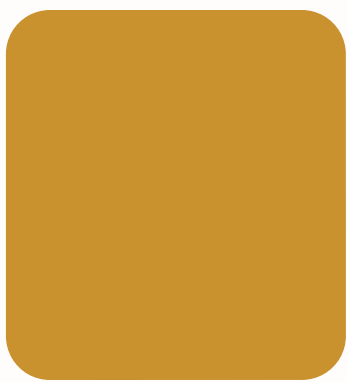
# Los colores comunican antes que las palabras



## AZUL MARINO

### Confianza, disciplina y profesionalismo

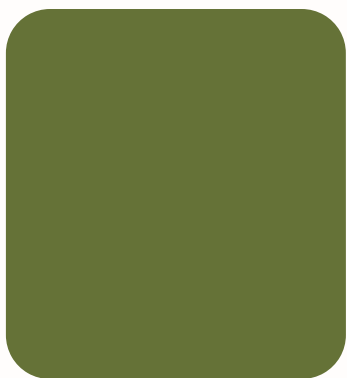
Sostiene la credibilidad de una marca formativa y de servicio.



## DORADO CÁLIDO

### Excelencia, logro y valor

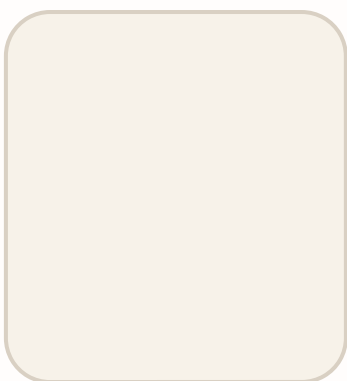
Expresa calidad sin perder la calidez de la hospitalidad.



## VERDE OLIVA

### Origen, equilibrio y frescura

Conecta con los ingredientes, la naturaleza y el cuidado.



## MARFIL

### Claridad, elegancia y cercanía

Da luz, facilita la lectura y humaniza la identidad premium.

## ACENTOS EDITORIALES



Turquesa: innovación · Naranja: energía práctica · Morado: creatividad

# La filosofía convierte conocimiento en experiencia

“

*El conocimiento cobra valor  
cuando se practica con técnica,  
se comparte con claridad y se  
convierte en una experiencia  
bien servida.*

## APRENDER HACIENDO

Teoría breve · práctica significativa · evidencia útil · mejora  
continua

*La evaluación acompaña el aprendizaje; no lo  
sustituye.*

# El ADN vive en cinco decisiones

## 01 Conocimiento útil

Explicar con claridad lo que realmente ayuda a ejecutar mejor.

## 02 Aprender haciendo

Convertir cada concepto en práctica, criterio y experiencia.

## 03 Excelencia observable

Cuidar técnica, presentación, orden, seguridad y detalle.

## 04 Hospitalidad humana

Servir con empatía, respeto, comunicación y calidez.

## 05 Identidad con oficio

Reconocer el valor del trabajo bien hecho y transmitirlo con orgullo.

# Una dirección clara para crecer con coherencia

## MISIÓN

Formar, asesorar y equipar a personas y organizaciones para que conviertan el conocimiento gastronómico en resultados profesionales y experiencias de servicio memorables.

## VISIÓN

**Ser una marca mexicana referente en formación práctica, contenidos, productos y soluciones para alimentos, bebidas y hospitalidad.**

## PROPÓSITO SUPERIOR

*Dignificar el oficio de servir y abrir oportunidades a través del conocimiento.*



**GASTROCLASS**  
*by Marcos Terán*

# La marca se siente elegante, cercana y práctica

**ELEGANTE**

**EXPERTA**

**CERCANA**

**PRÁCTICA**

**INSPIRADORA**

**CONFIABLE**

## VALORES QUE GUÍAN CADA DECISIÓN

**Excelencia · servicio · disciplina · creatividad · respeto · aprendizaje continuo**

## VOZ DE MARCA

Habla con autoridad sin ser distante; inspira sin exagerar; enseña con orden y lenguaje claro.

# Un ecosistema con cinco líneas de acción



**01** **Cocina**

**02** **Coctelería**

**03** **Formación y libros**

**04** **Productos e insumos**

**05** **Servicio al cliente y hospitalidad**

*La misma identidad puede vivir en manuales, cursos, videos, asesorías, productos y experiencias presenciales.*



LA PROMESA DE MARCA

CONOCIMIENTO, HERRAMIENTAS Y  
EXPERIENCIAS

PARA SERVIR CON  
EXCELENCIA

---

*GASTROCLASS by Marcos Terán*

Alimentos · Bebidas · Hospitalidad