

2009



2012

2013

SPANISH

2011

2010

DESDE HACE MÁS DE UN SIGLO LA GUÍA MICHELIN ESTÁ *AL SERVICIO DE LA MOVILIDAD*



La guía MICHELIN nació gracias a la imaginación de André y Edouard MICHELIN, fundadores del grupo del mismo nombre. Ahora estamos en 1900, cuando el automóvil hacía sus pinitos, ya que menos de 3.000 automovilistas circulaban entonces por las carreteras de Francia. Viajar suele ser todo un periplo, pues los recorridos son largos, las carreteras están mal indicadas y son a menudo peligrosas. Pese a ello, los hermanos MICHELIN están convencidos de que el automóvil tiene un futuro asegurado. Para contribuir a su desarrollo, y por ende al del grupo Michelin, deciden distribuir gratuitamente a los automovilistas una pequeña guía roja de 400 páginas con numerosas indicaciones prácticas: cómo cambiar un neumático, dónde comprar gasolina, dónde comer y dormir, etc.

20 años más tarde, la guía se vuelve de pago. Una anécdota cuenta, efectiva-

mente, que, a su paso por un distribuidor de neumáticos, André Michelin constata indignado que dichas guías servían para acuñar las patas de un banco de trabajo. Como "el hombre no respeta realmente sino lo que paga", la guía estará ahora disponible al precio de 7 francos. Ese mismo año, los restaurantes hicieron su entrada en la guía con su propia clasificación. Por otro lado, la publicidad desaparece y, por primera vez, figura una lista de hoteles parisinos. ¡La aventura de la guía MICHELIN ha nacido!

Con el correr de los años, nutrida por un equipo de inspectores anónimos que recorren las carreteras de toda Europa, la guía propone a sus lectores una selección enriquecida sin cesar con los mejores establecimientos, tanto hoteles como restaurantes, en cada categoría de confort y precio. **Más de un siglo más tarde, la guía MICHELIN se impone como la referencia mundial en el ámbito de la gastronomía, tanto entre los profesionales como en el público en general.**



UNA GUÍA PARA TODOS ES LA VOCACIÓN DE LA GUÍA MICHELIN DESDE HACE MÁS DE UN SIGLO

Para todos, porque **cada lector puede encontrar en ella el hotel o el restaurante que le corresponde**. En cada categoría de confort y precios (desde los hoteles más acogedores hasta los pequeños albergues más típicos y desde las mesas más prestigiosas hasta los pequeños bistrós), y cualesquiera sean los deseos, el presupuesto o el estilo de establecimiento y cocina buscado, **la guía MICHELIN propone cada año una selección muy variada de direcciones probadas rigurosamente por inspectores profesionales y anóni-**



mos. Precisemos que, aunque las estrellas son las distinciones más conocidas, ¡éstas representan cada año apenas un 10% de la selección de las guías! **Y para ofrecer al lector la información más fiable, todos los años se revisa y actualiza la totalidad de los datos prácticos, las clasificaciones y las distinciones.**

La guía, siempre atenta a todas las exigencias, tanto en lo referente a la calidad como al presupuesto, también debe ser accesible a todos para todo uso. Al evolucionar sin cesar para avanzar con su época y con el afán de adaptarse a un estilo de vida cada vez más móvil y nómada, **la guía MICHELIN es hoy más accesible que nunca:** sigue siendo impresa, por supuesto, pero también existe en los sistemas de navegación embarcados, en Internet y en los móviles, pues el mundo digital permite nuevos enfoques, como búsqueda multicriterios, búsqueda en las cercanías, localización



en el mapa, etc.

Gracias a esta complementariedad entre lo impreso y lo digital, y con **más de 45.000 direcciones** seleccionadas en todo el mundo, la guía MICHELIN ayuda a diario a millones de viajeros en sus desplazamientos para que los disfruten siempre con total placer y seguridad. Este cometido de la guía, que existe desde su creación en 1900, es asimismo el del grupo Michelin: ofrecer **"una mejor manera de avanzar"**.

LAS FECHAS CLAVE DE LA GUÍA MICHELIN



LOS PICTOGRAMAS, *UN LENGUAJE PRÁCTICO E INTERNACIONAL*

Para guiar al lector en sus decisiones, la **guía MICHELIN** utiliza desde 1900 un lenguaje universal: los símbolos llamados "pictogramas" que tienen la ventaja de ser concisos, permitir ahorrar espacio, dar una información objetiva y neutra y ser legibles en todos los idiomas, pues no pertenecen a ninguno.

Si bien, al principio, había unos veinte símbolos, ahora existe más de un centenar, que todos pueden comprender en todas partes del mundo. Estos pictogramas dan indicaciones muy precisas, por ejemplo sobre los servicios propuestos, así como información más general que permite **clasificar los establecimientos seleccionados según el nivel de confort o la calidad de la cocina.**

Así es como los establecimientos están clasificados de 🏠 a 🏠🏠🏠 para los hoteles y de 🍴 a 🍴🍴🍴🍴 para los restaurantes, es decir, de "Bastante confortable" a "Gran lujo y tradición".

Con el correr de los años, siguiendo la evolución de la sociedad, los pictogramas se han vuelto verdaderos testigos de sus respectivas épocas, por lo que algunos ya han desaparecido y se han creado otros nuevos. La guía MICHELIN sindicaba, por ejemplo, los hoteles donde se alumbraba todavía con petróleo o con velas (1930), los hoteles con ducha privada (1955), la prohibición de transistores en el restaurante (de 1962 a 1966), la televisión en la habitación (1972) o la aceptación de las tarjetas de crédito (1978).

Sin renunciar al lenguaje de signos, que contribuyó ampliamente a forjar la identidad de la guía, **los comentarios aparecen por primera vez en la guía MICHELIN en 2000.** Estos pequeños textos dan la descripción de cada establecimiento citado, con detalles sobre el estilo de cocina o el ambiente, y precisan la opinión de los inspectores de MICHELIN sobre la selección.



LAS ESTRELLAS: *LAS MEJORES MESAS*

La guía MICHELIN reconoce cada año las mesas más sabrosas otorgándoles estrellas.

Puesto que rinden honor a las mejores mesas del mundo, aquellas por las que la clientela no duda en viajar para ofrecerse un gran momento de placer, la asignación de las estrellas, que es un momento destacado y singular en la vida de un chef, responde a criterios estrictos utilizados por todos los inspectores en todo el mundo. Así pues, si se suele decir que **las estrellas están "en el plato y únicamente en el plato"**, es porque lo único que se evalúa es la **calidad** del plato. El resto, ya sea que se trate del lugar, la decoración, el servicio o los equipos propuestos, no se toma en cuenta.

Para apreciar la calidad de una mesa, los inspectores se basan en cinco criterios definidos por Michelin: **la calidad de los productos, el dominio de las cocciones y los sabores, la personalidad de la cocina, la relación calidad-precio y, por último, la regularidad, a la vez en el tiem-**

po y de todo el menú. Estos criterios objetivos son respetados por todos los inspectores de la guía MICHELIN, ya sea que estén en Japón, Estados Unidos, China o Europa. Como se utilizan efectivamente en todas partes del mundo, **son la garantía de una selección homogénea:** poco importa el lugar donde uno se encuentre, una estrella tiene el mismo valor en París, Nueva York o Tokio.

Como todas las distinciones que otorga la guía MICHELIN son **colegiales**, las estrellas se asignan en "sesiones estrellas". Presididas por el Director de las guías MICHELIN, estas reuniones de trabajo reúnen a los inspectores, así como al jefe de redacción del respectivo país. Las reuniones pueden durar varios días, pues, en caso de desacuerdo, el establecimiento es visitado de nuevo por otro inspector y así sucesivamente hasta llegar a la unanimidad sobre la selección.



Las estrellas recompensan a un restaurante por el trabajo de su chef y su equipo, en todos los estilos de cocina existentes. Se clasifican en tres niveles:

- ❁❁❁ **Cocina sobresaliente - esta mesa vale todo un viaje.**
- ❁❁ **Cocina excelente - esta mesa merece el desplazamiento.**
- ❁ **Una cocina muy buena en su categoría.**

EL BIB GOURMAND

Puesto que el compromiso de la guía MICHELIN es el de la calidad para todos, los inspectores siempre han puesto el mayor interés en **descubrir las mesas de calidad accesibles al mejor precio**. Así es como, desde 1954, la guía precisa los restaurantes que proponen "comidas bien hechas a



precios moderados". Y para ayudar al lector a identificar mejor estas buenas direcciones, en 1970 se introduce por primera vez en la guía el símbolo R roja (que se volvió "Repas" ["comida"] en 1992).

En **1997**, un dibujante dio vida a este símbolo atribuyéndole los rasgos del rollizo Bibendum relamiéndose los labios: 😊 Bib(endum) se vuelve el embajador de una cocina auténtica, bien hecha y poco cara, pues **recompensa las direcciones de calidad que proponen un menú completo (entrada+ plato principal+ postre) por un precio moderado**.

Año tras año, el Bib Gourmand tiene un rotundo éxito tanto entre el público, siempre ávido de estos buenos planes, como entre los profesionales, que se han amparado de este segmento. Prueba de este entusiasmo, los inspectores

comprueban desde hace unos años que cada vez más restaurantes se esmeran por promover una cocina de calidad al mejor precio, uniendo así a la sencillez, la cordialidad y la sinceridad de su cocina unos precios controlados.

Por otro lado, frente al amplio éxito del Bib Gourmand, estas direcciones se consignan en Francia, Benelux y España en una guía específica, las **Bonnes Petites Tables du guide MICHELIN**.

El hermano pequeño del Bib Gourmand, el **Bib Hôtel** 🏨 creado en 2008, indica por su parte un hotel que propone prestaciones de muy buena relación calidad-precio.

LOS QUE HACEN LA GUÍA MICHELIN

El profesional de la hostelería y la restauración

Es el garante de la calidad en el día a día, el que, gracias a su profesionalismo, la búsqueda de la excelencia y la voluntad de satisfacer a sus huéspedes, permite que la selección de la guía MICHELIN exista y se renueve cada año. Además, la guía MICHELIN no da las tendencias culinarias de mañana, **sino que se limita a consignar las de hoy, reflejando así el dinamismo de un sector en constante movimiento.**



Los inspectores de MICHELIN

Son hombres o mujeres, jóvenes o menos jóvenes, rubios o morenos, delgados o rellenitos, de buen comer y apasionados: un inspector de Michelin es un cliente como los otros. El inspector es independiente, pues es empleado de Michelin, un profesional de la hostelería y restauración formado a menudo en una escuela hotelera, recorre una media anual de 30.000 km, toma unas 250 comidas y duerme en más de 160 hoteles al año para seleccionar los mejores hoteles y restaurantes en todas las categorías de confort y precios. **El inspector, que es anónimo, es un cliente normal, que reserva en los restaurantes, pide, come, no toma nunca notas durante sus comidas y paga la totalidad de sus cuentas.** Este anonimato es el que le da su fuerza a la guía MICHELIN. No hay tratamientos de favor: **el inspector tiene en su plato lo que los otros clientes tienen, ni más ni menos.** Solamente después de haber pagado la cuenta, y en caso necesario, el inspector puede presentarse para conseguir información suplementaria.

El cliente

El lector, precioso para la guía MICHELIN, es desde un principio una importante fuente de información. En cierto sentido, cuando se detiene en un restaurante o un hotel, cada lector es a su vez un inspector. Lo que es más, **desde 1929, Michelin solicita su opinión gracias a un verdadero cuestionario de satisfacción integrado en la guía.** Cada año se reciben unos 45.000 correos postales y electrónicos que orientan a los inspectores en sus visitas y mejoran aún más la calidad de la selección. Estos escritos, verdaderas herramientas de diálogo, portadoras de felicitaciones o críticas, son el barómetro permanente de la confianza mutua que une la guía MICHELIN a sus lectores.

UNA VENTANA A *LA GASTRONOMÍA MUNDIAL*

La guía MICHELIN, curiosa y respetuosa con las especialidades locales, las tradiciones regionales y las habilidades nacionales, es, en todas partes donde esté presente, el escaparate de la gastronomía mundial. Respaldo por su método de selección único en el mundo y homogéneo, la guía MICHELIN revela en todo sitio el dinamismo de la gastronomía de un país y pone de relieve las nuevas tendencias culinarias y los talentos futuros, contribuyendo así al resplandor de la gastronomía en el mundo.

En 1904, es decir solamente cuatro años después de su primera publicación en Francia, nace la colección internacional de las guías MICHELIN con el lanzamiento de la guía MICHELIN Belgique. Es una colección que, incluso si cruza todos los años cada vez más fronteras, comparte el mismo objetivo de servicio

a los conductores y se realiza siguiendo los mismos requisitos y el mismo rigor.

Aunque Europa fue cubierta rápidamente por la guía MICHELIN, ésta dio sus primeros pasos en Estados Unidos en 2005, con el lanzamiento de la guía MICHELIN New York City, seguida un año después por San Francisco. A finales de 2007, la guía MICHELIN se dirige a Asia, más particularmente a Japón. La primera guía MICHELIN Tokyo sale en noviembre de 2007 y tiene de inmediato un gran éxito, ¡pues se vendieron más de 120.000 ejemplares en menos de 24 horas! En 2008, la República Popular de China es el 230 país cubierto con la guía MICHELIN Hong Kong Macau.

Hoy, la selección de las guías MICHELIN cuenta con 23 guías, cubre 23 países y 3 continentes y reúne más de 45.000 direcciones en el mundo. La última de



la colección es la guía dedicada a la provincia de Hiroshima, cuya primera edición se lanzó en mayo pasado.

Este desarrollo internacional se corresponde, por supuesto, con la política de desarrollo industrial del grupo Michelin. Pero, naturalmente, también se toman en cuenta la calidad de la gastronomía del país o de la ciudad, el número de restaurantes, incluido el de restaurantes que pueden recibir estrellas, la oferta hotelera y el número potencial de lectores para el estudio del desarrollo en otro destino.

CADA AÑO, *CERCA DE 500 PERSONAS MOVILIZADAS*

Hombre o mujer, en la oficina o en la carretera, el objetivo es el mismo: satisfacer siempre a los lectores. La calidad es la palabra clave, la pasión su filosofía y la precisión su credo.

1/ El jefe de redacción, verdadero director de orquesta, establece el programa de giras de los inspectores, de modo que, cada año, se asigna a cada inspector un territorio diferente del que se encargará durante meses.

2/ El inspector está en las carreteras tres semanas al mes, probando, descubriendo y confirmando la selección de un establecimiento. La cuarta semana, va a las oficinas de Michelin para rendirle cuentas al jefe de redacción. También aprovecha esos momentos

para preparar la próxima gira y reservar las mesas y los hoteles.

3/ Cuando se terminan las giras, hay que decidir colegialmente cuál será la selección. Estas "sesiones estrellas" reúnen al jefe de redacción de la guía, a los inspectores y al director de las guías MICHELIN. En caso de desacuerdo, el establecimiento se somete a otra prueba hasta que se llegue a la unanimidad sobre su selección.

4/ La fase de redacción comienza tras entregarse los informes sobre las giras: el servicio administrativo actualiza los planos y la información práctica, mientras que los redactores se dedican a escribir los comentarios de la guía.

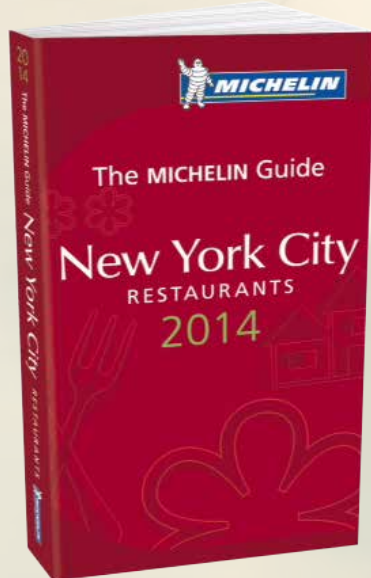
5/ Se establece la versión definitiva de la guía: se reúne toda la información útil (textos, planos y fotos), se verifica y se compone. Una vez corregida y validada, la versión final se envía a la imprenta. Unas semanas más tarde, la guía MICHELIN se expedirá a los puntos de venta.

Apenas se pone en prensa la guía, los inspectores ya están de nuevo en ruta. Recorren las carreteras para estar siempre al día de las buenas mesas y los alojamientos de calidad, con los ojos puestos ya en la próxima selección.

EN PRIMER PLANO... *THE MICHELIN GUIDE NEW YORK*

With cuisines and culinary influences from all parts of the globe, New York is one of the most exciting culinary scenes in the world.

The new selection reflects the tremendous variety and diversity of the New York culinary scene, recognized for its excellence and quality. In addition, inspectors noted that chefs continue to be more creative and more ambitious.



This selection awarded one new restaurant two stars, TriBeCa's Jungsik. This Korean restaurant, moving up from its one star designation last year, offers its own distinctive reflection on that region's cuisine, further highlighting the unmatched breadth of New York's diverse international dining scene. New York now proudly boasts five two star restaurants—atera, Jungsik, Marea, Momofuku Ko and Soto.

In the one star category, nine restaurants earned their first star this year, including Aska, Babbo, Carbone, Caviar Russe, Ichimura, Le Restaurant, Lincoln, the Musket Room and Telepan. Aska in Brooklyn represents the fourth Michelin star restaurant in that borough. One of the more exciting selections, the Musket Room, specializes in an enthusiastic and contemporary take on New Zealand fare. Finally, in this new edition 55 restaurants were awarded this distinction versus 52 a year ago.

- At the very top of the gastronomic scene, all seven New York restaurants with three stars in the 2013 edition—Chef's Table at Brooklyn Fare, Daniel, Eleven Madison Park, Jean-Georges, Le Bernardin, Masa and Per Se—retained that distinction in the 2014 edition.

- 67 New York restaurants received a coveted Michelin star rating, the most awarded since the famous French restaurant guide was first published for the city in 2005.

- 138 New York City restaurants have been designated as Bib Gourmands, compared to 126 last year.

- A total of 930 restaurants are included in the guide, which spans all five boroughs in the city.

- This year, Michelin inspectors embraced 61 different cuisines in the guide, reflecting New York's rich history of cultural diversity.

LA DIRECCIÓN DE LA GUÍA MICHELIN



Claire DORLAND CLAUZEL, Miembro del Comité Ejecutivo del Grupo, encargada de Mapas y Guías

Claire DORLAND CLAUZEL integró Michelin en enero de 2008 como Directora de Comunicación y Marcas y miembro del Consejo Ejecutivo del Grupo.

Desde el 1 de junio de 2012, supervisa asimismo las actividades de Michelin Travel Partner, la sociedad filial al 100% del Grupo Michelin que produce y distribuye los productos turísticos Michelin, las guías MICHELIN y los servicios digitales de ayuda a la movilidad (ViaMichelin, Michelin Voyage, MICHELIN Restaurants, aplicaciones móviles y tabletas, servicios y contenidos para los coches conectados, etc.), así como Michelin Lifestyle Limited y la Dirección del Grupo de Asuntos Públicos. Es miembro del Comité Ejecutivo del Grupo.

Claire DORLAND CLAUZEL es titular de una maestría de Historia por la universidad de París Sorbonne, de un Doctorado de Geografía y del diploma de la Ecole Nationale d'Administration (promoción 1988, "Montaigne").



Michael ELLIS, Director Internacional de las guías MICHELIN

Este franco-estadounidense nacido en Nueva York y apasionado de gastronomía, siguió primeramente una formación de restaurador en Estados Unidos y en Europa. Después hizo toda su carrera como manager internacional, en el campo de los vinos y licores (Jefe de ventas de International Distillers and Vintners de 1983 a 1986), del turismo (Director de la división Cruceros del Club Med de 1995 a 1997) y del packaging. Integró el Grupo Michelin en 2007 como Vicepresidente de Marketing y Ventas de la División Biciclos de Michelin. En agosto de 2011, Michael ELLIS es nombrado Director Internacional de las guías MICHELIN.

Michael ELLIS, de 53 años, tiene un diploma de Máster en Relaciones Internacionales por la Universidad John-Hopkins de Washington DC y un MBA por el INSEAD, promoción 1987. Habla corrientemente inglés, francés, español, italiano y portugués.