

El corcho. Cómo sacarlo a flote

FRANCESC RELEA 26/04/2009

¿Estamos dispuestos a abrir una botella de vino como abrimos una 'coca-cola'? Suena a provocación, pero cada vez más bodegas abandonan el tapón de corcho. ¿Vive sus últimos días? La ciencia ha acudido en su ayuda. Entramos en el 'imperio' Amorim, en Portugal, la mayor corchera del mundo.

a industria del vino no tendrá un gran futuro si vamos por este camino", pronostica el empresario portugués António Amorim, 41 años, presidente de Amorim y Hermanos y sobrino del carismático Américo Ferreira de Amorim (1934), gran timonel del grupo y el hombre más rico de Portugal, a quien la revista *Forbes* bautizó como *el rey del corcho*. Primer fabricante de corcho del mundo, la gigantesca corchera Amorim produce más de 3.000 millones de tapones al año, que suponen el 65% de todos los productos que salen de sus fábricas.

"Nuestra industria irá bien si la del vino va bien. Pero ¿qué imagen quieren dar los productores de vino? Mire lo que está pasando con los australianos, cuyos vinos tienen en su inmensa mayoría tapón de rosca", avisa Amorim. "Su producto se ha depreciado y hoy tienen serios problemas para su venta en el mundo. En el negocio del vino hay que apostar por la diferenciación, el valor añadido y el trabajo humano por encima del dinero. La botella de cerveza más cara del mundo tiene tapón de corcho, pero no hay ningún vino de alta calidad con tapón alternativo". Nadie puede imaginar una botella de Château Pétrus, de Vega Sicilia, de Brunello di Montalcino, de Penfolds Grange o de champaña Billécourt-Salmon con un tapón que no sea de corcho natural.

La causa del surgimiento de competidores del tapón de corcho se llama 2, 4, 6-tricloroanisol, más conocido por las siglas TCA, producido por un hongo que crece naturalmente en el alcornoque. Durante siglos, el corcho fue el material indiscutible empleado como cierre de las botellas de vino. Nadie se atrevió a cuestionar su supremacía. Hasta que en los años ochenta el investigador suizo Hans Tanner, del Wädenswil Institute, descubrió un agente dañino en el corcho que, detectado en nariz y boca con un aroma y sabor a moho, arruina el vino. A veces la contaminación es evidente, pero en otras sólo olfatos muy sensibles son capaces de detectar el agente intruso. En cualquier caso, es un problema irreversible y más de una bodega se ha ido a pique por su culpa. La industria corchera tembló, y los fabricantes de tapones sintéticos, de aluminio, vidrio y otros materiales alternativos, creyeron llegada su hora.

El periodista y especialista en vinos George Taber, autor del libro *To cork or not to cork*, sostiene que el problema llegó muy lejos porque la industria portuguesa, que tenía prácticamente el monopolio del corcho, pasó olímpicamente de aquella denuncia, que en su día calificó de difamación. Los productores se sentían fuertes y no vislumbraban competidores en el horizonte. El primer tapón sintético irrumpió en el mercado en 1989 y poco a poco fue ganando terreno.

En países como Australia y Nueva Zelanda, la inmensa mayoría de vinos de menos de 25 dólares ha sustituido el tapón de corcho por el de rosca de aluminio. El 2 de octubre de 2002, Randall Grahm, propietario de los viñedos Bonny Doon, en Santa Cruz (California), declaró la muerte del corcho y escenificó con gran fanfarria diversos actos fúnebres en EE UU. La representación llegó hasta Manhattan. Un Buick 1937 de color gris se detuvo en la estación Grand Central neoyorquina. A los acordes melancólicos de una trompeta, cinco hombres descargaron un féretro donde yacía una silueta humana construida con tapones de corcho.

Pero el corcho no murió. Sus defensores iniciaron una batalla para combatir el temible TCA, desautorizar a los detractores y *enterradores* improvisados y recuperar el crédito de un producto centenario, cien por cien natural y reciclable. Portugal, el primer productor del mundo, asumió el liderazgo de la contraofensiva. El control de la producción forestal, la industria y la distribución estaba ya en manos esencialmente portuguesas. El gigantesco grupo Amorim invirtió fortunas en

investigación y desarrollo y puso a sus laboratorios a trabajar a toda máquina para mejorar la calidad de los tapones. "El futuro depende de nosotros, y para ello hay que empezar a innovar", dice António Amorim, que en marzo de 2001, con 34 años, tomó las riendas del mayor negocio de corcho del mundo que le entregó su tío Américo.

Manuel Cabral, profesor en la Facultad de Farmacia de la Universidad de Oporto, y con un doctorado por la Universidad de Glasgow, está al frente de un equipo de 10 personas en el departamento de I+D del grupo Amorim, un químico sueco, un enólogo, una farmacéutica, una ingeniero agrónomo y varios analistas en industria alimenticia, con el objetivo de luchar contra el TCA. En el laboratorio, cada mes analizan unas 14.000 muestras de corcho. Aquí se recetan las medidas curativas contra el enemigo *número uno* del corcho. La más reciente, el sistema Rosa, es la vaporización de las planchas de corcho en una cámara durante cuatro horas para liberar el TCA.

"Hemos conseguido reducir significativamente el TCA. El corcho es muy heterogéneo, y así es la contaminación de este material", explica Cabral, que tiene en marcha un plan para atacar "el problema de fondo, que está en el bosque". La idea es detectar el TCA en el suelo. Otra línea de investigación en el laboratorio que dirige Manuel Cabral es analizar uno a uno todos los tapones para detectar individualmente la presencia de TCA. "Empezaremos por los destinados a grandes vinos y luego seguiremos hacia abajo". Hoy, los investigadores del líder mundial del corcho saben ya qué ocurre en términos de permeabilidad del oxígeno en los distintos tapones.

La exposición del vino al aire es un quebradero de cabeza para todo productor. "Antes no necesitábamos conocer este dato, porque el tapón de corcho no tenía competidores. Hoy el mercado ha cambiado, con la irrupción del tapón de plástico y de rosca", explica Cabral. "Sabemos que con un tapón de corcho técnico entra oxígeno en la botella el primer mes y ya no entra más. Un tapón natural permite el ingreso de oxígeno durante un año. Un tapón sintético permite el ingreso de exceso de oxígeno dentro de la botella y se produce la oxidación. La cápsula de aluminio no permite que entre nada de oxígeno, lo que puede producir el efecto contrario, conocido como reducción. Ninguno de los dos es bueno para el vino. El corcho tiene una estructura celular que permite una permeabilidad gradual al oxígeno, de forma que el vino evoluciona en la botella".

"Estamos satisfechos con los resultados obtenidos hasta ahora, pero no estamos parados", dice Manuel Cabral, que viaja constantemente para divulgar los proyectos de investigación del grupo Amorim. China, Reino Unido, Italia... Según Cabral, el TCA está resuelto pero no erradicado.

El 'Quercus suber', o alcornoque, es un tesoro nacional en Portugal que hay que cuidar como tal. El corcho es 100% natural, 100% reciclable y portugués en un 53% (más de 600 empresas operan en este mercado). Todo un símbolo del orgullo de un país que no es líder mundial en muchos ámbitos. Es una industria que emplea a 12.000 personas, cuyas exportaciones en 2007 supusieron unos ingresos de 853,8 millones de euros, 2,3% del total del país y 0,7% del producto interior bruto (PIB). Con estos datos no debe sorprender que la ciencia haya sido puesta al servicio de la investigación de los secretos que rodean a este árbol fascinante.

La secuenciación del genoma del alcornoque es el proyecto más ambicioso del grupo Amorim. El objetivo es descubrir algunas enfermedades del árbol y sus causas, por qué hay corcho de mejor calidad que otro, y, lo que hoy es un sueño, acelerar el crecimiento del alcornoque para mejorar el rendimiento. Un proyecto que costará mucho tiempo y dinero.

Pero no sólo de tapones vive la industria del corcho. De las 28 fábricas que Corticeira Amorim tiene repartidas por tres continentes (Europa, África y América) salen todo tipo de productos de corcho, compuesto, granulado, aglomerado, caucho, revestimientos para suelo y pared, aislantes... El destino y las aplicaciones de este material no tienen límite. Pueden llegar muy lejos. La NASA (cliente de Amorim desde hace 15 años) y la Agencia Espacial Europea (ESA) utilizan en sus misiones corcho como escudo térmico y aislante de las vibraciones. Boeing y Airbus también lo usan.

En los Juegos Olímpicos de Pekín 2008, las embarcaciones Nelo, de reconocido prestigio y fabricadas en Portugal, obtuvieron 20 de las 36 medallas en juego a las que aspiraban en las pruebas de piragüismo. Estas canoas que se deslizan sobre el agua están revestidas en su interior de corcho, material que se combina con la fibra de vidrio y carbono, y resinas como el *kevlar*.

Otros muchos mundos han sido cautivados por el corcho, que está presente, por ejemplo, en los acabados interiores del prototipo F700 de Mercedes, en zapatos de lujo de Dior, y en marcas como Prada y Louis Vuitton. "Estamos buscando aplicaciones para la industria farmacéutica. Hay un potencial enorme", revela António Amorim.

De la misma manera que detrás de una botella de vino hay un proceso de elaboración más o menos delicado, cada tapón tiene una larga historia que empieza en el alcornoque, el único árbol revestido de corcho. En todo el planeta hay unos 2,3 millones de hectáreas de alcornoques, distribuidos por la región mediterránea con influencia atlántica del sur de Europa y norte de África. La península Ibérica acapara el 55% del área total. Portugal (736.000 hectáreas) y España (500.000) son los líderes, seguidos a gran distancia de tres países del Magreb (Marruecos, Argelia y Túnez), y de Francia e Italia.

El alcornoque se integra en la que puede considerarse última gran reserva natural de Europa, con un hábitat muy rico, con especies protegidas como el lince y el águila imperial, y un equilibrio entre una actividad socioeconómica lucrativa y la preservación del medio ambiente. Un estudio reciente de PricewaterhouseCoopers sobre el impacto ambiental de los distintos tipos de tapones concluye que el corcho es mucho más beneficioso que los otros materiales alternativos, sea el aluminio o los derivados del petróleo. La investigación de un año descubrió que las emisiones de dióxido de carbono -factor determinante del calentamiento global- durante el ciclo de vida de un tapón de aluminio son 24 veces superiores a las de uno de corcho natural. En el caso del tapón de plástico, la diferencia se reduce a 10.

De los bosques de alcornoques de São Brás de Alportel, en el Algarve, se extrae el que está considerado mejor corcho del mundo, denso y poco poroso. La ley establece que no se puede tocar un alcornoque hasta 25 años después de su plantación. La extracción o *tiradia* se realiza como hace 100 años, manualmente, durante el verano y cada nueve años. El sacador, maestro en el manejo de hachas de corte curvo, es el trabajador agrícola mejor pagado, 90 euros diarios.

La primera plancha de corcho que se obtiene no tiene la calidad suficiente para un tapón. El segundo descorche tampoco sirve para producir un tapón de calidad. Hay que esperar hasta la tercera extracción, del llamado corcho reproducción. Es decir, desde que nace un alcornoque transcurre casi medio siglo (25 años iniciales, más dos periodos de nueve años) para tener un tapón. "Es un producto natural que tarda casi 50 años en llegar al consumidor, y todo ha sido procesado manualmente. No hay una joya igual", dice Carlos de Jesús, director de comunicación de Corticeira Amorim. Las planchas extraídas pasan a unidades de tratamiento, donde el corcho es cortado (*rabaneado*), cocido, seleccionado y almacenado. Posteriormente se lleva a las fábricas de transformación, donde gran parte se destina a tapones y revestimientos. Los residuos son aprovechados en granulados de distinto tipo. Incluso el polvo, quemado, es utilizado en la cogeneración de energía.

Los únicos dos países donde realmente importa el corcho son Portugal y España. Ambos suman el 80% de la producción mundial y el 98% de la transformación, y sin embargo apenas trabajan conjuntamente. "Portugal ha asumido tal liderazgo que actúa demasiado solo", reconoce el presidente de la primera empresa del mundo. António Amorim admite algo más chocante viniendo de su boca: "Portugal no ha sido siempre el mayor productor y transformador de corcho del mundo. Hasta los años cincuenta y sesenta era exportador de materia prima, porque Cataluña lideraba en aquellos tiempos la transformación del corcho. Hay más tradición de corcho en Cataluña que en Portugal". Pero en 1936 estalló la Guerra Civil y España perdió el tren que, con toda seguridad, le habría llevado a consolidar el liderazgo en el mundo del corcho.

Hoy esta posición la ocupa cómodamente el imperio Amorim, apellido indisociable de la producción del corcho, que ha extendido sus tentáculos a otros sectores: energía (controla el 33,3% de la petrolera Galp), banca (25% del Banco Internacional de Crédito y 7,8% del Banco Popular, de España), construcción (49% de Cimangola), telecomunicaciones móviles (Telecel, hoy Vodafone), Inversiones e Iniciativas (Amorim Imobiliária, vendida después a Inmobiliaria Chamartín), hostelería y turismo, viticultura (en 1999 compran una de las ancestrales bodegas de vino de Oporto, la germano-británica Burmester, establecida en Portugal desde 1730, y 85 hectáreas de la Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo, en pleno valle del Duero), y la reciente creación de un fondo de inversión para comprar

empresas en crisis a precio de saldo. Américo Amorim ocupa el lugar 132 en la lista de millonarios de *Forbes*, que evalúa su fortuna en 7.000 millones de dólares (5.375 millones de euros).

António Amorim, sobrino y brazo derecho del patriarca don Américo, explica que la evolución del grupo y la salida a Bolsa en 1988 no han alterado el cariz original de la empresa. La familia controla el *holding* en un 70%. "Preservamos la identidad familiar. De filosofía, nada; aquí estamos para gestionar un negocio", dice.

La familia Amorim inició su actividad en la fabricación de corcho en el siglo XIX. António Alves Amorim abrió la primera fábrica de tapones en 1870 junto al muelle de Gaia, en Oporto. Sus socios lo traicionaron, y en 1922, de la mano de la esposa, Ana Pinto Alves, y sus hijos, nació en Santa María de Lamas una nueva empresa -Amorim & Irmaos-, con nueve socios, todos de la familia. La empresa fue viento en popa, y en los años treinta se presentaba en sus tarjetas de visita como "la mayor fábrica de tapones del norte de Portugal".

En 1963 nació Corticeira Amorim, para la producción de triturados y aglomerados, que se unió a Amorim & Irmaos, para tapones y discos. En menos de 10 años, la corteza transformada alcanzó un valor monetario del 74,7% del total de las exportaciones de corcho de Portugal. En abril de 1974, la *revolución de los claveles* acabó con una larga dictadura. Fue una época turbulenta, y muchos empresarios fueron expropiados y se marcharon.

Américo Ferreira de Amorim (quinto de ocho hermanos) y su familia se quedaron en Portugal y en 1978 abrieron nueva fábrica -Ipcork-, de revestimientos de corcho, y en 1982 fundaron Champcork, de tapones de champán. Amorim fue pionero de la banca comercial privada en el Portugal posrevolucionario, con la fundación del BCP y más tarde del BNC, integrado hoy en el Banco Popular Español, del cual es el mayor accionista individual. El joven Américo ya había mostrado gran habilidad para los negocios, sin temor a cruzar fronteras y a establecer alianzas a contracorriente. En 1958 solicitó un pasaporte para viajar a la antigua URSS, poco menos que el infierno en tiempos de la dictadura salazarista. Qué solicitud más extraña, pensaron en la Junta de Freguesía de Lamas, en el Ayuntamiento de Feira, en el Gobierno Civil de Aveiro y en el Ministerio del Interior. Amorim consiguió el visado y pasó dos años viajando por la URSS y los países del telón de acero. Un mercado inmenso por explorar. A base de paciencia, se ganó la confianza de sus interlocutores soviéticos, y poco a poco empezaron a llegar los pedidos de corcho.

Crítico con el llamado "condicionamiento industrial", que reguló la política económica portuguesa durante 40 años de salazarismo, Américo Amorim se quejaba del choque "entre el deseo de hacer industrias y la posibilidad real de poder invertir en mi país, en un producto eminentemente portugués". En plena guerra fría, cargamentos de corcho de Amorim, siempre sin el sello *Made in Portugal*, circularon, a través de la Austria neutral, hacia la Unión Soviética, la República Popular China y la mayoría de naciones comunistas. Siempre de forma segura y rentable. Grupo Amorim se convirtió en el primer exportador portugués a los países del Este.

Más de medio siglo después, por su capacidad de renovarse y adaptarse a nuevas exigencias tecnológicas, el corcho seguirá siendo el oro portugués. P