



# news

Terminal de cruceros de Lisboa con  
innovadora solución de hormigón  
con corcho



# STOW IT

JAMES IRVINE

**STOW IT, de James Irvine,  
es la nueva pieza de la colección MATERIA**

Reinventar el estante no sería tarea fácil. Hacerlo en corcho y de forma modular fue todavía más desafiante. STOW IT tiene tanto de útil como de discreto y funde el diseño contemporáneo con la funcionalidad pura, al detalle. Además de acomodar objetos, STOW IT también puede, a través de su función acústica, reducir el ruido en salas de reunión o espacios más vacíos. Aislado o en conjunto con otros, STOW IT se enmarca siempre bien. Los objetos que utilizamos en el día a día corrompen nuestra vista, las rutinas y pueden generar la más secreta de las inercias. Ni nos percatamos de cómo podrían ser mejores si les prestásemos un poco de atención. Con STOW IT, no corremos ese riesgo. Es imposible pasar desapercibido.



**MATERIA®** CORK BY AMORIM  
Curated by experimentadesign

Amorim Cork Composites  
[www.materia.amorim.com](http://www.materia.amorim.com)

# sumario

- 4**  
Terminal de cruceros de Lisboa con innovadora solución de hormigón con corcho
- 5**  
Entrevista con João Luís Carrilho da Graça 8  
«Amorim Taster of the Year» entregado a Piotr Pietras
- 7** MARES, el nuevo vermú portugués con Helix
- El tapón de corcho influencia la percepción de la calidad del vino
- 9**  
El tapón de corcho es el elemento clave para la exportación de vino a los EE. UU. y a China
- 10**  
Tate Modern se reviste de corcho en una instalación de SUPERFLEX
- 12**  
«¡Corcho... llévelo con usted siempre que deje el planeta Tierra!»
- 13**  
Nuevos revestimientos de corcho para embarcaciones marítimas
- 14**  
Wicanders presentó un portfolío completamente renovado en Domotex
- 15**  
Presentación de la nueva colección Wood Essence
- Refuerzo de la apuesta por Hydrocork, con el lanzamiento de la gama Wide
- 16**  
Amorim Cork Ventures presenta dos nuevas empresas emergentes
- 17**  
La Selección Italiana de Rugby apoya el proyecto Etico de Amorim Cork Italia
- Sala de catas de Twee Jonge Gezellen elogiada por Wallpaper
- 18**  
Quinta Nova gana el «Luxury Hotel & Winery of the Year 2018»
- Quinta Nova es «una joya escondida» para la revista Conde Nast Traveller
- Quinta Nova presenta Terroir Blend Reserva
- 19**  
Grand tasting y cata vertical | 10 años de Gran Reserva
- Quinta Nova Grande Reserva 2015: en el podio de los mejores vinos portugueses
- 20**  
¡Corcho, más que un detalle!

# editorial

A lo largo de la historia, la industria del corcho ha conseguido, de forma sabia, desarrollar el potencial de la materia prima a partir de tres pilares fundamentales. Sin que el orden de la presentación de las ideas revele el orden de importancia, en primer lugar el pilar «Eco», asentado en el hecho de que el corcho sea un material natural, renovable, reciclable y que garantice la sostenibilidad de un ecosistema complejo, con un elevado impacto positivo en los ámbitos ambiental, social y económico. En segundo lugar, el pilar «sensorial», asociado a la capacidad de impacto del corcho en las personas en general, sobre todo asentado en el aspecto visual, en el confort, en el toque o en el olor, que tan bien han sido explotados en el diseño. En tercer lugar, el pilar del desempeño, en el que el origen del valor se fundamenta esencialmente en un ADN y en una estructura celular única, que le confiere al corcho propiedades muy diferenciadoras y tan diversas como el aislamiento térmico y acústico, impermeabilidad a líquidos y a gases, ligereza, compresibilidad, resistencia a altas temperaturas o resistencia a la fricción. Es esta versatilidad del corcho, esta tela de atributos, la que sirve de punto de partida al desarrollo de nuevos materiales y productos, que permite su valorización en segmentos tan diversos como los tapones de corcho, la construcción, los suelos, lo aeroespacial, los transformadores eléctricos, el calzado o el mobiliario. En esta edición de la Amorim News tenemos la oportunidad de conocer algunos de los ejemplos más recientes del potencial del corcho en nuevas aplicaciones, que podrán representar excelentes oportunidades de desarrollo de negocio en un futuro próximo.

Esta capacidad de innovación se asienta esencialmente en tres vectores: profundo conocimiento de la materia y de la forma como el corcho se combina con otros materiales; intenso dominio de tecnologías y procesos productivos; y un amplio conocimiento y capacidad de anticipación de las necesidades del mercado. Aprovechando el lema de esta edición, para conseguir desarrollar nuevos materiales para cubiertas de navíos, fue necesario profundizar nuestro conocimiento de este mercado concreto, definir los atributos relevantes para el material, los intervalos de tolerancia para cada uno de los atributos y someter el material a métodos de validación y certificación. Y solo fue posible responder positivamente al desafío porque tenemos un profundo conocimiento del corcho y de la forma como el corcho se combina con otros materiales, y todavía porque tenemos las capacidades tecnológicas y procesos productivos para su desarrollo. Es esta capacidad de relacionar el conocimiento del mercado, de los materiales —corcho o del corcho combinado con otros materiales— y la tecnología la que nos permite detectar oportunidades y producir una innovación. Mirando hacia el futuro, tenemos que identificar nuevos materiales y nuevas tecnologías, incluso aquellas actualmente «raras» por completo para la industria del corcho, pero que permitan promover las cualidades del corcho, racionalizar su uso y cumplir la misión de «valorizar el corcho». Es un camino que seguramente abrirá un nuevo abanico de oportunidades, algunas de ellas, hoy en día, impensables.

Es un camino atrevido, pero es ese el camino que solo puede ser recorrido por líderes.  
¡Feliz Año!

João Pedro Azevedo  
Director general, Amorim Cork Composites



**Ficha técnica** Domicilio social: Rua de Meladas n.º 380, 4536-902 Mozelos VFR; Propiedad: Grupo Amorim; Coordinación: Joana Martins; Redacción: ATREVIA; Edición: Grupo Amorim; Diseño y edición electrónica: ATREVIA; © Fotografía de la portada: Rita Burmester; Traducción: Inglés: Sombra Chinesa; Alemán, español, francés: Expressão; Impresión y acabado: Lidergraf – Artes Gráficas, S.A.; Distribución: Iberomail Correio Internacional, Lda.; Embaladora: Porenvel Distribuição, Comércio e Serviços, S.A. Periodicidad: Trimestral; Tirada: 22 000 ejemplares; Depósito legal: 386409/15; Periodo: octubre a diciembre de 2017





# Terminal de cruceros de Lisboa con innovadora solución de hormigón con corcho

*El hormigón estructural desarrollado por el arquitecto Carrilho da Graça es un 40 % más leve que el hormigón corriente*

© Rita Burmeister

## Un resultado final sorprendente

El objetivo del desarrollo de un hormigón ligero, que redujese el peso de la estructura para mantener el nivel adecuado de resistencia, que cumple con los requisitos estructurales y arquitectónicos del proyecto, se alcanzó con éxito. Al mismo tiempo, el nuevo material impactó beneficiosamente en la comodidad del edificio, una vez que el corcho funciona como aislante térmico.

Con la obra concluida, el edificio se distingue por una fachada que revela la textura de los gránulos de corcho, un efecto conseguido por el desgaste de la superficie exterior del hormigón. Como resultado, la nueva Terminal de cruceros de Lisboa es un edificio poderoso, con un sorprendente efecto estético.



© Pedro Sadio

La Terminal de cruceros de Lisboa funciona como un punto de entrada y un marco de la ciudad. El corcho, un símbolo de identidad nacional, estaba en una excelente posición para incorporar ese concepto. Como elemento clave del revestimiento externo del edificio —las fachadas están hechas de un compuesto de hormigón blanco mezclado—, el corcho hace una declaración impresionante, presente, tanto en la perspectiva del edificio como en su estructura. Con este proyecto, que va a recibir más de medio millón de turistas al año, Carrilho da Graça es, cada vez más, uno de los arquitectos clave en el diseño de la nueva Lisboa.

Presentado en el 2013 en el monasterio de los Jerónimos, el proyecto Metamorphosis desafió a prestigiosos arquitectos y diseñadores a presentar nuevos conceptos de utilización del corcho, con el objetivo de generar resultados que, a medio o a largo plazo, se pudieran aplicar en el mundo real.

El reciente proyecto de la Terminal de cruceros de Lisboa, diseñado por el arquitecto João Luís Carrilho da Graça, es la materialización de esa intención.

Con la nueva obra, recientemente inaugurada, Carrilho da Graça regresa al lado del Tajo y diseña un edificio de raíz, y vuelve a presentar nuevos materiales, a semejanza de lo que hizo con el Pabellón del Conocimiento en 1998. Esta vez juntó corcho al hormigón, cumpliendo con la necesidad de una mayor ligereza estructural.

## El desafío de juntar corcho al hormigón

En el momento del contacto para el proyecto Metamorphosis, que contó con la curaduría de Experimentadesign, Carrilho da Graça estaba desarrollando la propuesta para la Terminal de cruceros de Lisboa. Al darse cuenta de que el alzado del proyecto, de gran importancia en el edificio, tenía un peso superior al deseado, el arquitecto idealizó un innovador hormigón que integrase corcho, pero que mantuviese su carácter estructural.

Amorim Cork Composites lideró el proyecto en colaboración con Secil e Itecons, y el resultado es un sistema de hormigón blanco que incorpora corcho. El corcho se introduce en granulados de diferentes dimensiones, lo que permite reducir la masa del material, pero mantiene las reacciones entre los distintos elementos químicos que constituyen el hormigón, que continúa como elemento estructural pero más ligero. Para ello, se realizaron innumerables ensayos, bien en laboratorio, bien en el transcurso de la obra.

# Entrevista con João Luís Carrilho da Graça

## «¡Creo que el corcho es extraordinario!»



**La idea de utilizar esta solución innovadora, que junta corcho y hormigón, en la Terminal de cruceros de Lisboa surgió en el marco del proyecto Metamorphosis. ¿Puede hablarnos algo de este proyecto y de la forma en que impactó esta decisión?**

El proyecto Metamorphosis fue una invitación que Experimentadesign dirigió a una serie de arquitectos y diseñadores para reflexionar sobre el uso del corcho. Con respecto a los arquitectos, pidió, siempre que fuera posible, que fueran utilidades conectadas con la construcción. Este desafío surgió en el mismo momento en el que yo estaba desarrollando el proyecto para la terminal de cruceros. En este caso, los cimientos del edificio ya estaban realizados antes del concurso público, en 2010, por lo que teníamos la estructura toda estudiada. Los ingenieros de mi equipo dijeron que estaba agotada la capacidad de apoyo de carga sobre aquellos cimientos y que lo ideal sería hacer los alzados con un material ligero. Entonces, le lancé este reto a Amorim, a Secil y al laboratorio de ingeniería de la Universidad de Coimbra (Itecons), para estudiar un hormigón que incorporara lo que fuera posible del corcho para que quedara más ligero y se mantuviera con un carácter estructural. Esta conjugación, de la introducción del corcho en el hormigón, y de su capacidad de resistencia, es la innovación. Anteriormente, ya se había utilizado hormigón con corcho, pero para hacer elementos subsidiarios en construcción, como rellenos, y nunca con este tipo de objetivo.

**¿Ha sido la ligereza, entonces, la característica que más ha motivado la utilización del corcho en este proyecto?**

Sí. El corcho es muy ligero y, en este caso, fue eso lo que me interesó de sobremanera. Pero a partir del momento en el que se desarrolló esta solución, que al mismo tiempo tiene una gran capacidad de aislamiento

y una capacidad estructural de resistencia, se hizo posible aplicar este material en innumerables situaciones.

**¿Qué otros aspectos añadieron valor al proyecto?**

Cuando la solución de corcho con hormigón se presentó en el claustro del monasterio de los Jerónimos, en el marco del proyecto Metamorphosis, la gente tocaba el hormigón y comentaba que debía ser maravilloso para los pavimentos. Nosotros normalmente pensamos en el hormigón como algo duro, lo que nos produce una sensación de cierta agresividad y brutalidad. Este, con el corcho, si está bien tratado, es más blando que la pintura o que el revoco normal, que son materiales duros. O sea, es duro, pero con una consistencia superficial muy agradable.

**Para el concepto idealizado fue importante explorar el efecto visual del corcho. ¿Por qué?**

El efecto visual no es lo principal. Aunque, en el caso de la terminal de cruceros, como hemos retirado la capa superficial del hormigón, aparece el corcho. Proporciona una cierta rugosidad y un aspecto que me gusta mucho, casi semejante al de la tapia, que es la tierra batida de las construcciones tradicionales. Este hormigón con corcho cuenta con ventajas con relación a casi todas las alternativas y estoy convencido de que en el futuro va a ser muy utilizado.

**¿Cómo llegaron a la fórmula correcta para responder a las necesidades de este proyecto?**

Con el apoyo de Itecons, con la experiencia de Secil y con la ayuda muy positiva de Amorim. Hubo una conjugación de esfuerzos, también con los ingenieros de mi equipo, y conseguimos alcanzar este resultado.

*«Esto es hormigón con corcho. Es una adición de corcho. Este es un hormigón estructural, que es un 40 % más ligero que el hormigón corriente y que puede tener funciones de aislamiento, también, y sigue siendo hormigón estructural.»*

Arquitecto Carrilho da Graça





## ¿Cuáles son las potencialidades de esta nueva solución para la industria de la construcción?

En el futuro pienso utilizar este hormigón en la construcción de pequeños edificios, porque consigue un alto grado de aislamiento. Imagine una casa toda de piedra, solo que la piedra es hormigón con corcho. Por lo tanto, tenemos capacidad de resistencia y capacidad de aislamiento con relación al exterior, en verano y en invierno. Además de eso, el toque de ese hormigón es muy blando, por la incorporación de una gran cantidad de corcho, y tiene un 40 % menos de masa que el hormigón corriente.

Por las experiencias que conozco de edificios construidos solo en hormigón, normalmente, si se utiliza el hormigón a la vista, queda solo en el exterior. Es el caso del Pabellón del Conocimiento, construido para la Expo'98. Comenzó a construirse hace 22 años y está impecable, para asombro de todo el mundo. Pero el hormigón es el exterior. Por dentro, tiene paredes que ayudan a aislar, donde están metidas todas las instalaciones. Raramente se ve un edificio que tenga hormigón a la vista por fuera y hormigón a la vista por dentro. La posibilidad de utilizar hormigón con corcho nos permite quizá, por primera vez, tener el hormigón exterior y el hormigón interior a la vista porque la pared pasó a obtener capacidad de aislamiento.

## ¿Qué otras aplicaciones pueden también beneficiarse de esta nueva solución?

Solo pensé en aplicaciones relacionadas con la construcción, pero, además de paredes, se puede pensar en pavimentos y en mobiliario urbano. Me imagino bancos con este tipo de material; deben ser muy cómodos y mucho más ligeros.

© Pedro Sadio



**Entre otros factores de diferenciación, su trabajo es también reconocido por la singularidad de los materiales, como es el caso del hormigón blanco, utilizado en el Pabellón del Conocimiento de la Expo'98, y ahora del corcho. ¿Continuará siendo el corcho un material explotado en proyectos futuros?**

Pienso que el corcho se usa tendencialmente cada vez más; tiene características únicas. El otro día estuve investigando sobre la célula del corcho y realmente es asombroso. Podemos dejar un trozo de corcho debajo de un peso durante siglos y, en el momento en que retiramos la piedra, el corcho progresivamente vuelve a su forma inicial, lo que es algo verdaderamente impresionante. No hay ningún material natural que haga esto y tampoco conozco ninguno artificial. ¡Creo que el corcho es extraordinario!

*«El hormigón con corcho tiene una justificación racional: el peso. Cuando nos presentamos al concurso, las estacas de soporte ya allí estaban y estuvimos trabajando siempre con base en esta geometría, donde teníamos que apoyar la estructura. Cuando estábamos desarrollando el proyecto de ejecución, los ingenieros dijeron que las fachadas tenían que ser ligeras.»*

Arquitecto Carrilho da Graça



«Amorim Taster of the Year» entregado a Piotr Pietras

Piotr Pietras, Sommelier principal en el Launceston Place en Londres, fue distinguido con el premio anual «Amorim Taster of the Year» y forma parte del restringido abanico de cinco sommeliers que este año obtuvieron el nombramiento de Máster Sommelier, un grupo que a nivel internacional es inferior a 250 profesionales.

El premio se entrega al candidato que presente la mejor prestación, en una prueba que sucede a lo largo de tres días y que atestigua las capacidades de cata. Expert de vino desde hace seis años, Piotr Pietras empezó su trayecto en el área en el hotel Sheraton Poznan, en Polonia, y fue nombrado Mejor Sommelier Polaco en los últimos dos años y conquistó, entre otros, el segundo puesto en la competición de Mejor Sommelier Europeo.

## 7 MARES, el nuevo vermú portugués con Helix

Tras décadas sin ninguna producción propia, Portugal vuelve a tener un vermú. La nueva edición se presenta con la innovadora solución de *packaging* Helix que, al aliar una botella de vidrio a un corcho con un diseño ergonómico, dispensa el uso del sacacorchos.

El vermú 7 MARES es fruto de la inspiración de los viajes de los portugueses por el mundo, tanto en la época de los Descubrimientos, como en la era moderna, donde es posible encontrar a un portugués en cualquier rincón del mundo. Hecho con vinos seleccionados, productos naturales y recurriendo a técnicas artesanales, el 7 MARES propone un viaje por el universo portugués: mar, sol, sierra, viajes y descubierta. Este vermú debe beberse puro (solo con hielo), para apreciar la sutileza de su aroma, o en cócteles sofisticados, como forma de explorar su versatilidad.



## El tapón de corcho influencia la percepción de la calidad del vino

Una experiencia científica, realizada por la Universidad de Oxford, y en que se considera el mismo vino, demuestra un plus del 15 % asociado al tapón natural, cuando se compara con el tapón de rosca

La Universidad de Oxford y APCOR presentaron los resultados de un estudio pionero, realizado en Londres, en el que los participantes consideraron que el mejor vino tiene mejor calidad (+15 %) después de oír el sonido del corcho en el momento en el que se abre una botella de vino.

Estas conclusiones fueron el resultado de una experiencia sensorial innovadora, en la que cada participante probó dos vinos idénticos y les atribuyó una puntuación, esto mientras se escuchaba el sonido de un corcho saliendo de la botella o el sonido de una cápsula de aluminio. A continuación, se les pidió que abrieran las botellas y que las calificaran de nuevo. De esta experiencia fue también posible concluir que un vino sellado con un corcho es más apropiado para la celebración (+20 %) y más incitador al espíritu de fiesta (+16%).

«Nuestros sentidos —oído, vista y tacto— están intrínsecamente conectados a la forma como saboreamos. El sonido y la visión de un corcho que sale de una botella define nuestras expectativas, incluso antes de que el vino roce nuestros labios, y esa expectativa va a afectar a nuestra experiencia gustativa. Estos resultados enfatizan la importancia de los tapones de vino y dejan bien evidente la relación que establecemos, aunque sea que inconsciente, entre el corcho y la calidad del vino», afirma Charles Spence, responsable del estudio de la universidad británica.



# El tapón de corcho es el elemento clave para la exportación de vino a los EE. UU. y a China



## Un vino con tapón de corcho da respuesta a las expectativas del consumidor norteamericano, que identifica el tapón como un factor determinante en su decisión de compra.

De acuerdo con los datos de la consultora AC Nielsen, entre 2010 y 2017 se registró un aumento del 43 % en la venta de vino con tapón de corcho en los EE. UU., contra una evolución de solo un 16 %, en el mismo periodo, para los vinos con tapones artificiales.

Simultáneamente, el estudio Wine Opinions apunta al papel determinante de los tapones de corcho en la percepción de un vino para el consumidor norteamericano: El 97 % de estos consumidores asocian el tapón de corcho con vinos de alta o muy alta calidad. Una preferencia que impacta inclusive en la valorización del producto, dado que estos consumidores están dispuestos a pagar más de 3,87 \$ por un vino sellado con tapón de corcho.

También en EE. UU. y de acuerdo con Nielsen, el 72 % del Top 100 de vinos premium se cierran con tapón de corcho. De EE. UU. a otro mercado muy relevante para el sector vinícola, China, el 95 de los 100 vinos más vendidos —65 % de vinos chinos y 35 % de vinos importados— tienen tapón de corcho.

## Fenómeno en la premiumización en los EE. UU.

Al margen del taller «Wine Export», promovido por diversas instituciones españolas en colaboración con Apcor, Mike Weseth, editor del blog «The Wine Economist», puso especial énfasis en el fenómeno que está en gran crecimiento en los EE. UU., la premiumización. Los consumidores apuestan por vinos de precios más altos, con aumentos en las ventas en el último año (por ejemplo, entre 15 y 19,99 dólares: + 9,6 %; 20 dólares o más: + 8,6 %), mientras los vinos con precios más bajos están perdiendo cota de mercado.

Rebecca Bleibaum, especialista en estudios sobre los hábitos de los consumidores, presentó un perfil

de los apreciadores norteamericanos de vino, que representan solo un 14 % de la población total. Para estos consumidores, el precio es el factor más importante en la decisión de compra (38 %), seguido del tipo de cierre (31 %) y del origen del vino (24 %).

En el segmento de vino con PVP superior a 16 dólares, el tipo de cierre se convierte en el factor más importante en la decisión de compra (38 %), y es el corcho natural la opción preferida.

Dorian Tang, director educativo de ASC Fine Wines, el principal importador de vino de China, explica que, en términos de participación en el mercado de bebidas alcohólicas, la importación de vino representa un 0,8 % en China, pero con un crecimiento de un 22,2 % entre 2015 y 2016.

Existen 48 millones de chinos de clase media-alta que consumen vinos importados y que están adoptando la premiumización. Entre sus preferencias, el 96,8 % de los consumidores chinos consideraron el tapón de corcho beneficioso para la calidad del vino, asociándolo a vinos de alta calidad.



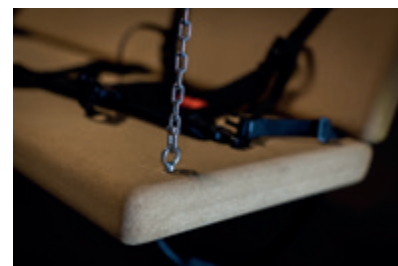
© Ben Phillips



© Ben Phillips

«El corcho tiene aquí un papel muy importante y funciona como un suelo elástico. Cuando tenemos columpios, necesitamos un suelo suave (...) Ante todo, es un material orgánico y no sintético.»

Bjørnstjerne Christiansen  
(SUPERFLEX)



© Ben Phillips

«El centro de esta instalación de los dos SUPERFLEX One Two Three Swing! es un bosque de columpios asentado en una asombrosa pared de corcho que se extiende hasta el suelo. (...) A Amorim le agradecemos todo el apoyo en la realización de la instalación de este año en el Turbine Hall, de la cual los miles de visitantes van a disfrutar en el Tate Modern.»

Synthia Griffin (curadora,  
Regeneration & Community  
Partnerships)

## Tate Modern se reviste de corcho en una instalación de SUPERFLEX

Los visitantes de la «Hyundai Commission: SUPERFLEX: One, Two, Three Swing!» van a caminar sobre una colosal aplicación de corcho, parte integrante de la instalación presentada en el Tate Modern, una de las más prestigiosas instituciones de arte contemporánea del mundo. En esta instalación, patente hasta el 2 de abril, se aplicaron cerca de 5000 m<sup>2</sup> de un innovador compuesto de corcho, que reviste el suelo del Turbine Hall, el icónico espacio del Tate destinado a proyectos de grandes dimensiones.

El desafío lanzado a Corticeira Amorim desencadenó el desarrollo de un nuevo compuesto de corcho que, al contrario de otros materiales previamente testados, consiguió responder a requisitos específicos y muy exigentes en términos de absorción de impactos de gran amplitud (al prever caídas de 2 a 3 metros de altura) y de resistencia al desgaste (por ejemplo, en la edición del año pasado, el Turbine Hall recibió cerca de 3 millones de visitantes).

El nuevo compuesto de corcho combina granulados de color natural y expandidos y se diseñó para respetar otros requisitos del proyecto, como la estabilidad dimensional y de resistencia al agua y al sol. Además de extenderse a lo largo de todo el espacio del Turbine Hall, el corcho aparece también en el exterior del Tate Modern, y fue seleccionado para el asiento de los columpios, un elemento destacado de este concepto expositivo presentado por los SUPERFLEX.



© Ben Phillips

## La mayor instalación de corcho presentada en el Reino Unido

Esta es la mayor instalación con corcho que se presenta en el Reino Unido, un trabajo liderado por SUPERFLEX, un colectivo danés internacionalmente reconocido por sus intereses en torno a los espacios urbanos y por la forma como, a través del arte, interpelan la autenticidad de la sociedad.

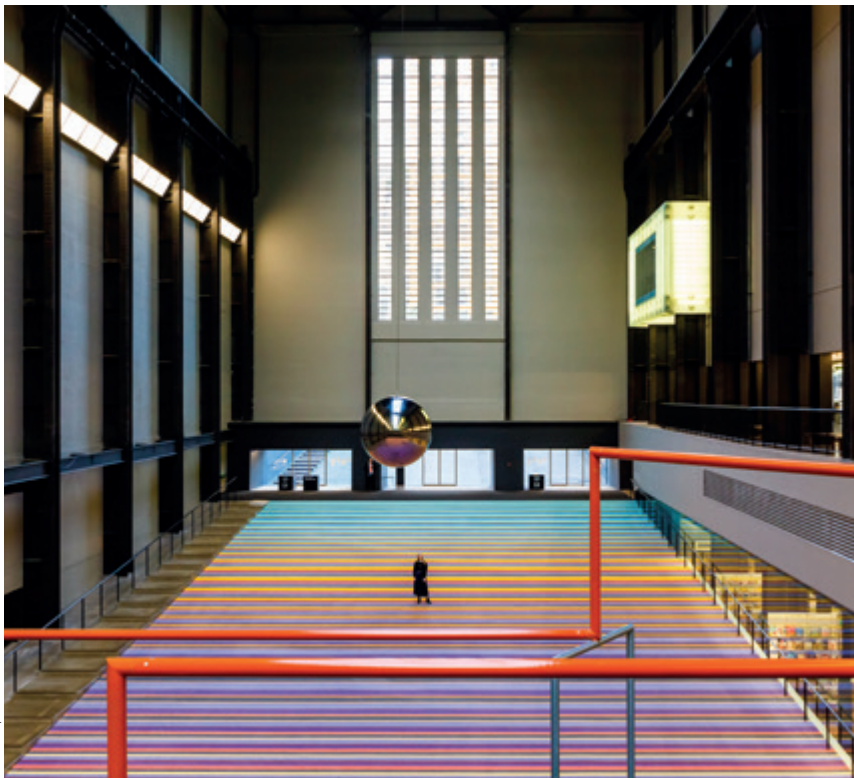
La selección del corcho para la 3.<sup>a</sup> edición de la Hyundai Commission ha sido desencadenada e intermediada por KWY, una plataforma multidisciplinaria de investigación, que junta a arquitectos, comisarios y creadores diversos en el diseño y el apoyo al desarrollo y a la puesta en marcha del proyecto.

Desde la apertura del Tate Modern, en 2000, el Turbine Hall recibe algunas de las obras de arte contemporáneo más memorables y aclamadas del mundo, y alcanza una audiencia de millones de visitantes. La forma en que los artistas interpelan este amplio espacio industrial ha revolucionado las percepciones públicas del arte contemporáneo en el siglo XXI.

*«La motivación de los equipos de I+D de la empresa y los conocimientos técnicos en torno al material fueron determinantes para que fuera posible dar una respuesta a tiempo, que pasó por el desarrollo de un nuevo tipo de corcho.»*

*Tras el Serpentine Gallery Pavilion y el Victoria & Albert Museum, es para nosotros un motivo de orgullo ver, de nuevo, que es el corcho el principal material de un gran acontecimiento cultural en el Reino Unido, esta vez en el escenario del Tate Modern.»*

António Rios de Amorim,  
presidente y director general  
de Corticeira Amorim



© Ben Phillips





## «¡Corcho... llévelo con usted siempre que deje el planeta Tierra!»

Donald Thomas, astronauta de la NASA, habla sobre los beneficios del corcho para la industria aeroespacial, su experiencia y contribución al éxito de las misiones al espacio y de cómo prevé la exploración espacial de la próxima década.

**La Corticeira Amorim es un socio tecnológico de la NASA desde el inicio de la exploración espacial. ¿Cómo se siente formando parte de este legado?**

Estoy extremadamente orgulloso de haber tenido la oportunidad de formar parte del programa espacial en mi país, incluida la magnífica oportunidad de volar en el Space Shuttle en cuatro ocasiones. Y saber que Corticeira Amorim tuvo un papel tan fundamental en el sistema de protección térmica de los propulsores de combustible sólido me hace sentir muy agradecido al

gran equipo de Amorim. El trabajo que hicieron en el pasado cuidando de la seguridad de los astronautas es muy apreciado por todos los equipos que volaron en el Space Shuttle durante su programa realizado a lo largo de treinta años. Para el futuro, la NASA ha estado testando la próxima generación de vehículos de lanzamiento —Space Launch System, la cual tendrá la capacidad para enviar astronautas de vuelta a la Luna y a Marte—, y continuará confiando en los materiales de protección térmica aeroespacial de Amorim.

**«Corticeira Amorim tuvo un papel fundamental en la protección térmica.»**

**En la inminencia de la colonización en Marte y de la profunda exploración espacial en las próximas décadas, ¿cómo piensa que su experiencia como astronauta ha contribuido a este momento?**

A pesar del Space Shuttle y de que los programas espaciales internacionales han estado exclusivamente centrados en misiones orbitales a la Tierra, lo que aprendemos y la experiencia adquirida será una enorme ayuda cuando nos dirijamos a Marte y vayamos a explorar el espacio profundo. En el negocio espacial hay una frase muy usada: «Nos apoyamos en los hombros de gigantes», lo que significa que la actual generación de ingenieros, científicos y astronautas se basan en los conocimientos de los que vinieron antes que nosotros. Y así como el Programa del Space Shuttle se apoyó en los hombros del Programa Apolo, nuestro Programa de Space Launch System se apoyará en los hombros del transbordador espacial y de la ISS. Si continuamos así, las generaciones futuras serán literalmente capaces de alcanzar las estrellas.

**Según su perspectiva y experiencia, ¿cuáles serán las principales necesidades de la industria aeroespacial en la próxima década?**

Pienso que en la próxima década seremos testigos del desarrollo de los viajes especiales comerciales. En el pasado, solamente los muy adinerados podían comprar vuelos al espacio pero, con el proliferar de las compañías espaciales comerciales, como SpaceX, Blue Origin, Virgin Galactic y muchas otras, preveo que vengán a existir en el futuro muchas posibilidades para que los ciudadanos visiten el espacio. Estoy entusiasmado con la posibilidad del viaje espacial comercial, que dará la oportunidad a mucha gente de ver lo maravillosamente bello que es el

planeta en el que vivimos, tal como yo lo vi. Cerca de 550 personas volaron al espacio hasta la fecha y casi todos ellos volvieron a la Tierra con la fuerte noción de lo frágil que es nuestro planeta y cómo todos nosotros tenemos la responsabilidad de cuidar mejor de la Tierra.

*«Las generaciones futuras serán literalmente capaces de alcanzar las estrellas.»*

**El corcho es parte integrante de esta novedad. ¿Cómo ve el futuro del corcho en la industria espacial?**

Así como el corcho viene siendo un importante componente de la protección térmica de casi todos los cohetes lanzados desde la Tierra, preveo que habrá aplicaciones similares para el corcho cuando visitemos otras lunas y planetas en nuestro sistema solar y eventualmente lancemos cohetes desde sus superficies a la Tierra. ¡Corcho... llévelo con usted siempre que deje el planeta Tierra!



## Sobre Donald Thomas

Donald Thomas es astronauta, científico, orador profesional, pedagogo y autor de la Órbita del Discovery, acerca de su misión STS-70 a bordo del transbordador espacial Discovery. Veterano de cuatro vuelos, Don pasó 44 días en el espacio y estuvo en la órbita de la Tierra casi 700 veces. Hoy, Don está ayudando a informar al público general sobre el futuro en el espacio y preparando la próxima generación de científicos, ingenieros y exploradores para sus futuras misiones.



## Nuevos revestimientos de corcho para embarcaciones marítimas

**Soluciones de alto rendimiento de Amorim Cork Composites refuerzan a la empresa como una referencia internacional en el desarrollo de compuestos de corcho tecnológicamente avanzados para las industrias más diversas.**

En la vanguardia del desarrollo de nuevas soluciones de corcho, Amorim Cork Composites lanzó recientemente en el mercado dos nuevos compuestos de última generación, especialmente diseñados para dar respuesta a las necesidades de la industria marítima. Los nuevos materiales para las cubiertas de los navíos combinan funcionalidad y versatilidad estética, a la que se junta un material base 100 % natural, reutilizable y reciclable.

El ACM49, un compuesto de corcho con caucho, se desarrolló para revestimientos de cubiertas en embarcaciones marítimas profesionales y recreativas, plataformas de piscina, pontones

y centros de bienestar; y el ACM94 especialmente pensado para usarse como revestimiento de cubiertas en navíos de lujo, plataformas y piscinas.

La combinación de corcho con gomas específicamente seleccionadas a tal efecto asegura un conjunto de pluses muy relevantes, concretamente una cubierta durable y antiderrapante, una estética envidiable, y es aún más fácil de mantener y de limpiar. Además de una adherencia extraordinaria, los nuevos materiales de Amorim Cork Composites tienen una gran versatilidad estética y propician gran confort, un confort que resulta de las propiedades táctiles del corcho, que garantiza una agradable suavidad al toque, incluso en los días más calientes.

Los nuevos materiales ACM49 y ACM94 se presentan como una alternativa ventajosa a las soluciones más tradicionales de madera dura y sintéticas, ya que —además de las características ecológicas de los materiales y de su desarrollo— tienen asociado un proceso de producción y de adaptación al cliente simplificado, al ser de instalación y mantenimiento sencillos.



## Wicanders presentó un portfolio completamente renovado en Domotex

Wicanders —marca premium de pavimentos de Amorim Flooring— se presentó en Domotex, la principal feria del sector que se celebra anualmente en Alemania, con numerosas novedades, entre las que destaca la renovación completa del portfolio de la marca. En el año en el que conmemora 150 años de existencia, Wicanders, que posee la más completa gama de pavimentos que incorporan el corcho, refuerza la apuesta en Hydrocork y en la colección Wood Essence.



La reorganización de las diferentes gamas de producto de Amorim Flooring resultó de una reflexión estratégica que, fundamentada en un extenso estudio de mercado, identificó la necesidad de acercar la marca a su público objetivo, sea el público profesional, sea el consumidor final. Como resultado, la comunicación de la marca Wicanders pasa a desarrollarse en torno a tres pilares: bienestar, corcho e historia.

«Bienestar» es el propósito de la marca, un beneficio que es independiente del tipo de espacio. La oferta de valor de la marca está pensada para cualquier tipo de área, privada o comercial, e invita a interactuar de forma sana, a «vivir sin preocupaciones», disfrutando de los beneficios asociados a un suelo Wicanders.

El «corcho» es el alma de la marca y de sus productos, tanto en su carácter sostenible, como en los pluses asociados a su uso.

En el tercer pilar, la «Historia», se refuerza la conexión emocional, valorizada debido a que la propietaria de la marca es una empresa familiar, presente en el mercado desde hace más de un siglo y que ha acumulado conocimientos técnicos a lo largo de varias generaciones, destacando en un mercado de agentes anónimos.

Este recentrar de la marca en el cliente se tradujo en una reestructuración del portafolio, alineada con lo que es el proceso normal de selección de un pavimento, que tiene como lema el aspecto del producto. Así, Cork, Wood y Stone surge como el primer nivel de selección, al que se le junta una subdivisión relacionada con las características de estos productos (por nivel de uso, resistencia, precio, entre otros).





## Refuerzo de la apuesta por Hydrocork, con el lanzamiento de la gama Wide

Paralelamente a esta reorganización, la marca Wicanders sigue diferenciándose por la innovación y un gran dinamismo en la presentación de novedades al mercado. En este ámbito, Amorim Flooring está invirtiendo 12M € para reforzar significativamente la capacidad de producción de sus soluciones a prueba de agua y de bajo espesor.

Como resultado de esta inversión, la marca Wicanders presentó en esta edición de Domotex la colección Hydrocork Wide. Manteniendo las ya conocidas características del producto, como el bajo espesor, fácil instalación y el hecho de que sea a prueba de agua, esta colección introduce nuevas dimensiones —1225x195x6 mm— que acompañan la tendencia del mercado y la preferencia de los consumidores por tablas más anchas.



## Presentación de la nueva colección Wood Essence

La presencia en Domotex quedó asimismo marcada por el lanzamiento de la nueva colección Wicanders Wood Essence que, fruto de una inversión de 2M€ en tecnologías de impresión digital de última generación, permite la actualización significativa de la resolución de impresión a 1000 dpi.

El resultado de esta apuesta por la impresión digital es una colección con 14 nuevos looks, que reproduce fielmente visuales de madera, con un nivel de realismo nunca antes alcanzado.

La colección se presenta en formato tabla larga (1830x185x11,5 mm), con una variación de colores, desde los tonos naturales a los lavados. Cabe destacar que esta es una colección que apuesta por la sostenibilidad, ya que el visual del pavimento se imprime directamente en el corcho y que dispensa el uso de PVC o similares.



# Amorim Cork Ventures presenta dos nuevas empresas emergentes



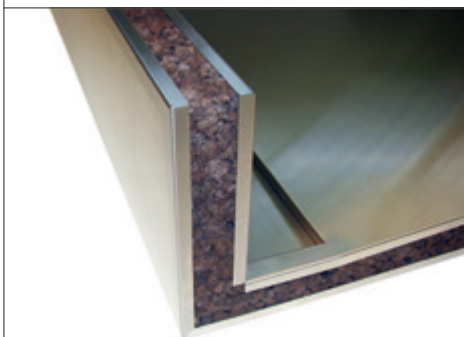
## YogurtNest es una yogurtera ecológica y multifunciones

Con el apoyo de Amorim Cork Ventures, la empresa emergente PrimaLynx – Sustainable Solutions, Lda., liderada por el emprendedor Miguel Leal, lanza en el mercado YogurtNest, una yogurtera ecológica y multifunciones, producida en Portugal con materiales sostenibles, como el corcho y el algodón. Con YogurtNest, se ahorrarán miles de envases de plástico y hacer yogur se convierte en una tarea rápida, y se le asocia un ahorro significativo, frente a las yogurteras convencionales.

YogurtNest permite preparar yogures en tan solo seis horas, sin depender de la electricidad. Se estima que, considerando un hogar de cuatro personas, se pueda evitar la producción de 2000 envases de 125 ml durante un año, con un ahorro asociado de 300 euros. Este importe es significativamente mayor para los yogures de base vegetal.

La innovadora yogurtera es una herramienta multifunciones, ya que puede, asimismo, usarse como slow cooker —para cocinar arroz, pasta, sopas y estofados—, y puede usarse durante un viaje, picnic o acampada. A estas funciones, y teniendo como principal materia prima el corcho, se junta la posibilidad de usar la yogurtera como maleta térmica, ya que el corcho es un excelente aliado en la conservación de las temperaturas.

La adquisición de YogurtNest puede realizarse en la página web de la marca —[www.yogurtnest.com](http://www.yogurtnest.com)— y en innumerables tiendas multimarca de productos naturales, que están extendidas por Portugal.



## Grōwancork utiliza corcho en equipamientos de refrigeración comercial

Revolucionar el sector de la refrigeración comercial con una innovadora solución con corcho es el objetivo de Grōwancork, la empresa emergente de la incubadora Amorim Cork Ventures liderada por los emprendedores Filipe Guimarães, Domingos Silva y Pedro Rodrigues.

La solución EIC (Easy Insulation Cork) comprende un chasis en aglomerado de corcho expandido, revestido con chapas metálicas, que puede aplicarse en equipos de refrigeración como alternativa ecológica a los actuales inyectados con poliuretano.

Dada su composición, la EIC presenta innumerables ventajas frente a los productos que se usan normalmente, concretamente en el ámbito medioambiental, ya que el tipo de corcho utilizado es rigurosamente 100 % natural; dispensa al cliente (productor de equipos de refrigeración) de invertir en moldes (necesarios en procesos de inyección), es susceptible de ser reciclado y mantiene las características técnicas y dimensiones durante varias décadas, contrariamente al habitual aislamiento utilizado. Esta última característica potencia ventajas energéticas en las soluciones de Grōwancork, frente al aislamiento tradicional, que se volverán más relevantes año tras año.

Y, a pesar del poco tiempo de vida de esta empresa emergente, la solución EIC está ya incorporada en equipos de organizaciones de referencia, tales como: Galerías Lafayette, Akiko, E.Leclerc, Carrefour, Airbus, entre otras.

El mercado de la refrigeración dispone a partir de ahora de una solución de aislamiento definitiva, pues es 100 % ecológica e infinitamente reciclable, su aplicación no depende de ninguna modificación legislativa, pues cumple los criterios más rigurosos de sostenibilidad medioambiental.



La Selección Italiana de Rugby apoya el proyecto “Etico” de Amorim Cork Italia

Etico es el programa desarrollado por Amorim Cork Italia para el reciclaje de tapones de corcho. Recientemente, en el marco de esta iniciativa, y con el objetivo de recoger tapones de corcho usados para la recaudación de fondos, 90 equipos juveniles de rugby se juntaron en esta dinamización de la recogida de tapones de corcho, cuyos fondos revertieron en una institución que presta apoyo a niños con problemas psicológicos.

Sensibilizada por el alcance de este proyecto, la Federación Italiana de Rugby decidió implicarse incentivando a algunos de los jugadores de su selección a promover el proyecto “Etico” en las redes sociales. Como premio, antes del partido de la Selección Italiana con la Selección Sudafricana, el pasado día 25 de noviembre, los equipos juveniles que más tapones de corcho recogieron recibieron 150 entradas regaladas por Credit Agricole, uno de los colaboradores del programa.



## Sala de catas de Twee Jonge Gezellen elogiada por Wallpaper

La bodega sudafricana, cliente de Corticeira Amorim, utilizó innumerables soluciones de corcho en el espacio recién inaugurado.

Twee Jonge Gezellen es una reputada productora de vinos de Sudáfrica, ampliamente aclamada por su marca Krone, un clásico en lo relativo a los vinos de la región del Cabo. La bodega, que es cliente de Corticeira Amorim, fue una de las pioneras en la adopción de la solución de packaging Helix, para la gama de vinos Krone, y benefició de sus credenciales de sostenibilidad y conveniencia.

Conocedora del potencial del corcho y de sus pluses también para el diseño de interiores, Twee Jonge Gezellen seleccionó recientemente, para su nueva sala de catas, un espacio abierto al público, una colección de mobiliario de corcho y un revestimiento de corcho Dekwall.

El proyecto, de la autoría del arquitecto Rick Stander y del diseñador de interiores Tracy Lynch, fue desarrollado a lo largo de dos años y fue objeto de destaque en la prestigiosa revista Wallpaper, que no ahorró en elogios a la nueva sala de catas. Tal como aconseja Wallpaper, en su descripción de la nueva moda de Twee Jonge Gezellen, este es un espacio privilegiado para mirar «hacia el valle con una copa de uno de los mejores vintages que Sudáfrica tiene para ofrecer».





## Quinta Nova gana el «Luxury Hotel & Winery of the Year 2018»

El servicio premium de enoturismo de Quinta Nova fue reconocido por la guía de lujo inglesa *Luxury Travel Guide*, que le atribuyó el premio **Luxury Hotel & Winery of the Year 2018**.

La guía inglesa reconoce los mejores de cada una de las categorías en el segmento de lujo, con un alcance de más de medio millón de personas en todo el mundo. Este es el tercer año consecutivo que Quinta Nova es distinguida por una guía de referencia, en la que el premio valoriza el proyecto en su núcleo: la unión perfecta entre el mundo del vino y el enoturismo.



# Condé Nast Traveller

Quinta Nova es «una joya escondida» para la revista **Condé Nast Traveller**

En la edición especial de su 20.º aniversario, la revista británica **Condé Nast Traveller** destaca a Quinta Nova Nossa Senhora do Carmo como la «joya escondida» del enoturismo.

En su segmento «Most Wanted», la publicación de viajes de lujo y estilo de vida indica: *«Escondida en el valle del Duero en Portugal, se sitúa la maravillosa luxury wine house Quinta Nova. Vistas panorámicas, cocina excepcional, deslumbrantes habitaciones de huéspedes y, claro, buenos vinos son solo algunas de las características que valen la visita a la Quinta Nova».*

Quinta Nova se ha afirmado como una referencia en el enoturismo en Portugal y, entre otros destacados y premios, ha sido distinguida por American Airlines como una de las bodegas que no se pueden perder en el mundo y, por el Financial Times, como la finca con la gastronomía más impresionante del Duero.



## Quinta Nova presenta Terroir Blend Reserva

Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo lanzó un nuevo vino, el Terroir Blend Reserva. Con una imagen pensada al pormenor, este nuevo vino sorprende por su pureza y color intenso, reflejo de una vendimia impresionante, que acerca a los consumidores a la naturaleza y remite al inmenso viñedo y al paisaje agreste de las terrazas agrícolas del Duero.

Un tinto de la cosecha 2015 que resulta de un blend único, desarrollado a lo largo de 21 meses, para traducir la esencia y el carácter de los viñedos del Duero. Para Quinta Nova, crear vinos es crear historias, y el Terroir Blend Reserva 2015 será un vino más para sorprender a los paladares más exigentes.





## Grand tasting y cata vertical | 10 años de Gran Reserva

La familia Amorim señaló los 18 años de Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo con la organización de una gran cata vertical de 10 años del Gran Reserva y con el lanzamiento de sus vinos de alta gama de la vendimia de 2015, en las ciudades de Lisboa y Oporto.

La cata vertical de 10 años —cosechas de 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2011, 2012 y 2013— vino a testificar su consistencia y la elevada calidad de esta gama, en dos acontecimientos que reunieron a clientes de todo Portugal. ¡Dos momentos especiales que ojalá se repitan!

## Quinta Nova Grande Reserva 2015: en el podio de los mejores vinos portugueses

Quinta Nova Grande Reserva Tinto 2015 fue uno de los tres finalistas en la gran cata ciega del V Concurso Grandes Escolhas («Grandes Elecciones»), una iniciativa de la revista Grandes Escolhas que reunió a más de 400 vinos y contó con un panel de 50 jurados, entre periodistas, bloggers y especialistas de vinos.

La misma revista destacó este vino como uno de los cuatro mejores, con 19/20 pts, en una cata titulada «Duero de Excelencia», en la que estaban estando 62 vinos premium del Duero en cata. La Revista de Vinhos acompañó estos reconocimientos con la selección, y lo destacó como uno de los 12 mejores vinos portugueses, en una c cata ampliada a 189 vinos de alta gama de todo Portugal, distinción compartida por el Mirabilis Grande Reserva Tinto 2015.



Importa mencionar que este premiado Grande Reserva, un vino clásico de Quinta Nova, producido con el 25 % de Vinhas Velhas y el 75 % de Touriga Nacional, fue destacado por el crítico norteamericano Mark Squires (e.Robert Parker) con 94-96/100 puntos, durante su lanzamiento en el mercado a principios de octubre.

## Otros recientes premios que destacan entre los demás vinos de Quinta Nova:

### Quinta Nova Rosé 2016

- 91/100 pts, por e.Robert Parker
- 16,5/20 pts, por João Paulo Martins

### Quinta Nova Terroir Blend Reserva Tinto 2015

- 91-93/100 pts, por e.Robert Parker
- 17/20 pts, por João Paulo Martins
- 17/20 pts, por Revista de Vinhos

### Quinta Nova Referência Grande Reserva Tinto 2015

- 94-96/100 pts, por e.Robert Parker
- 18/20 pts, por Revista de Vinhos

### Mirabilis Grande Reserva Branco 2016

- 92-94/100 pts, por e.Robert Parker
- 18/20 pts, por Revista de Vinhos
- 17,5/20 pts: os Melhores do Ano [Los mejores del año] (Branco)
- [Blancos], por João Paulo Martins

### Mirabilis Grande Reserva Tinto 2015

- 94-96/100 pts, por e.Robert Parker
- 19/20 pts, por Fernando Melo
- 18,5/20 pts, por Revista de Vinhos
- 18/20 pts, por João Paulo Martins

### Quinta Nova LBV Porto 2013

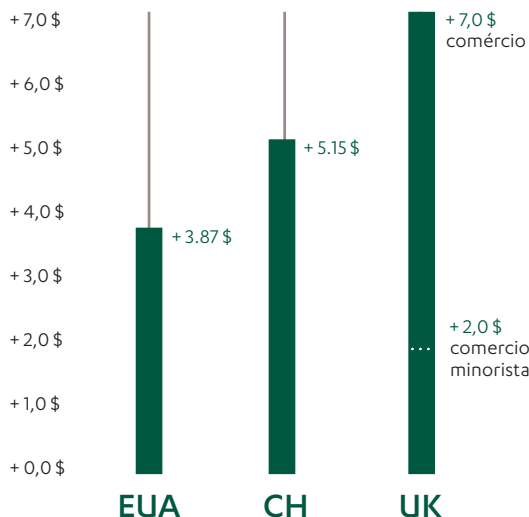
- 90/100 pts, por e.Robert Parker
- 17/20 pts: os Melhores do Ano [Los mejores del año] (LBV's), por João Paulo Martins

### Quinta Nova Vintage Porto 2015

- 94/100 pts, por Wine Spectator

# ¡Corcho, más que un detalle!

## El tapón de corcho valoriza el precio de un vino en:



El valor de las ventas de los vinos británicos con tapón de corcho aumentó un 17 % en 2016 frente a solo el 9 % de los tapones artificiales.

## 7 de cada 10 botellas se embotellan anualmente con corcho



**96 %**  
Del los vinos más vendidos en China se embotellan con corcho natural.  
Nielsen, mayo de 2017

**89 %**  
Del top 100 de vinos de la Wine Spectator son embotellados con corcho natural.  
Wine Spectator, junio de 2017

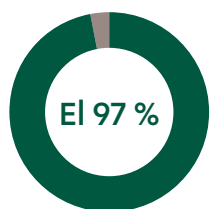
**72 %**  
Del top 100 norteamericano de marcas premium se embotella con corcho.  
Nielsen, junio de 2017

## ... y en volumen

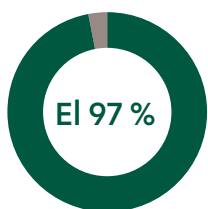
**48 %**  
Crecimiento desde 2015, para los vinos comercializados en el Reino Unido y con tapón de corcho (10 % para los de tapón artificial).  
CGA, julio de 2017

**43 %**  
Aumento de la venta de cajas en los EE. UU. (2010-2017), frente al 16 % en los vinos con tapones artificiales (2010-2017).  
CGA, julio de 2017

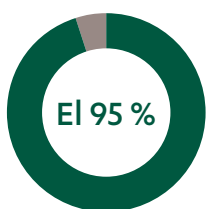
## Las cifras hablan por sí solas. Confíe en la elección de los consumidores



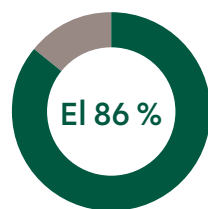
**EE. UU.**  
Afirma que el tapón de corcho natural es una característica del vino de alta o muy alta calidad.  
Wine Opinions, julio de 2017



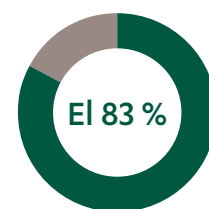
**China**  
Cree que el corcho natural beneficia la calidad del vino.  
CTR, septiembre de 2017



**España**  
Prefiere tapón de corcho natural para vinos espumosos.  
Iniciativa Cork, julio de 2017



**Italia**  
Considera que el corcho natural es un símbolo de calidad del vino.  
GFK, julio de 2017



**Francia**  
Prefiere tapones de corcho natural.  
Opinion Way, junio de 2017