



Soaga cumple cincuenta años

El Grupo Soaga alcanza medio siglo de vida ligado al suministro de insumos y asesoramiento para la agricultura y la ganadería. Desde sus inicios se instaló en Pontevedra, aunque sus socios provenían de A Coruña, Lugo y Ourense, y, desde ahí, amplió su radio de acción hasta llegar a toda la península y al sur de Francia. Repasamos la historia de la entidad de la mano de su actual presidente, Carlos Vila Enríquez.

Sociedad Agrícola Gallega, en la actualidad Grupo Soaga, nació el 8 de abril de 1976 en Vilagarcía de Arousa (Pontevedra), cuando tres concesionarios provinciales de fertilizantes decidieron unirse para operar desde la única provincia gallega que no estaba representada en su red de concesión: Pontevedra.

Con el paso de los años, la compañía convirtió a la marca Fertimón en un icono popular y en una referencia técnica en suelos ácidos. En la actualidad, la firma cuenta con presencia en España, Portugal y el sur de Francia, y el grupo trabaja con semillas, fertilizantes, fitosanitarios, piensos y un laboratorio propio para ajustar cada recomendación al suelo, al cultivo y a la granja.

ORÍGENES

A mediados de la década de 1970, la Empresa Nacional Calvo Sotelo, perteneciente al Instituto Nacional de Industria (INI), continuaba dedicándose a fabricar fertilizantes para toda España. Su manera de operar consistía en establecer concesionarios con demarcaciones por provincia. “En Pontevedra estaban a punto de dejar el negocio por jubilación; en A Coruña era propiedad de la familia Tojeiro; en Lugo, de Álvaro Rodríguez Eiras, y en Ourense, de

la familia Vila Enríquez. Estas últimas tres familias decidieron unir sus fuerzas e instalarse en la única provincia en la que no estaban presentes”, explica Carlos Vila Enríquez, presidente de Soaga e hijo de uno de los fundadores.

Tras establecerse en el antiguo concesionario de la empresa nacional, “nos trasladamos muy cerca de la estación de tren de Vilagarcía. Es ahí donde hemos estado hasta casi la última década. En la actualidad, las oficinas centrales del grupo se sitúan en el municipio vecino de Vilanova de Arousa”, señala.

“En aquel momento el campo gallego era muy rudimentario en medios y en abonos”, recuerda. “Se abonaba a través de las deyecciones de los animales y con estiércol, que tiene un aporte de nitrógeno óptimo en función del animal del que proceda, pero añade muy pocos otros nutrientes. Por lo tanto, su enriquecimiento para el suelo es limitado”, explica.



“Estos otros abonos, denominados abonos químicos, disponían de diversas fórmulas que aportaban nitrógeno, fósforo y potasio, los tres elementos fundamentales para el crecimiento de las cosechas”, puntualiza.

En un contexto de desconfianza por parte de los agricultores, la implantación de los productos no fue inmediata. “No obstante, fue fácil convencerlos con hechos. Si tenían una finca donde plantaban patatas y abonando con estiércol sacaban 2.000 kilos por hectárea, comprobaron que utilizando los abonos químicos pasaban a producir entre 10.000 y 12.000 kilos por hectárea. Los resultados eran inmediatos y espectaculares”, apunta.

LA MARCA FERTIMÓN

La televisión culminó la expansión que los productos de Soaga comenzaban a tener en el campo. “Galicia tiene una característica especial en sus suelos: son muy ácidos y hay que rebajarle la acidez para poder llevar adelante los cultivos de manera adecuada. Esa es la razón por la que se encala con frecuencia. Nosotros, con el que era en aquel momento el fabricante nacional, presionamos durante mucho tiempo para tener un producto específico para Galicia, que fuera ese nitrógeno y que tuviera un añadido de cal especial para rebajar esa acidez del suelo. Finalmente, lo conseguimos y decidimos llamarle Fertimón, porque ya había un producto denominado nitrato amónico que la gente popularizó como ‘Nitramón’; así que buscamos uno que sonara similar”, explica.

Los anuncios publicitarios de *Ramón, o Fertimón* transmitidos en la Televisión de Galicia (TVG) contribuyeron a la propagación total de la marca, en un momento en que las audiencias televisivas alcanzaron su máximo esplendor. “Fuimos pioneros en realizar campañas publicitarias, porque los abonos eran unos productos que se vendían sin más y nadie hacía publicidad de ellos. Lo hicimos para mostrar que el abono que habíamos logrado para Galicia era diferente de otros. La rima fácil de *Ramón, o Fertimón* tuvo mucho éxito entre la gente, incluso hoy se recuerda, cuando hace ya muchos años que no hacemos publicidad directa con ella”.



“PRESIONAMOS DURANTE MUCHO TIEMPO PARA TENER UN PRODUCTO ESPECÍFICO PARA GALICIA: NITRÓGENO CON AÑADIDO DE CAL, QUE SE COMERCIALIZÓ BAJO LA MARCA FERTIMÓN”

EVOLUCIÓN

Soaga ha vivido toda la evolución técnica y tecnológica del sector y ha intentado mantenerse a la vanguardia. “Cuando los conocimientos técnicos nos lo permiten, intentamos ir por delante. El avance ha sido tremendo. El número de agricultores y ganaderos es menor, pero las explotaciones son cada vez más grandes y tienen, en líneas generales, una mejor rentabilidad. Soaga ha conseguido adaptarse a los cambios para estar al lado de los clientes, entenderlos, apoyarlos y ayudarlos a mejorar sus explotaciones”, resume Carlos Vila.

A finales de la década de los años 80, los accionistas de Soaga constituyeron Fabricaciones Agrícolas y Fertilizantes SA (Fabrisa), ubicada en el ayuntamiento coruñés de Betanzos, destinada a realizar actividades como agencia de transportes, envasador y almacenista. En el último lustro del siglo XX, Soaga amplió su área geográfica y abrió nuevos negocios. Se incorporó al accionariado de Comercializadora de Enmiendas y Fertilizantes SA (Cefsa) y agregó a su mercado Asturias y Cantabria. También adquirió Companhia de Adubos SA (Cadubal), sociedad radicada en Viana do Castelo (Portugal).

Por otro lado, entró en el negocio de piensos de la mano de Grupo Nanta, con una fábrica situada en el municipio coruñés de Padrón. También se creó Derivados del Monte SL (Dermont), en Vimianzo (A Coruña) para la fabricación y comercialización de sustratos para uso en producción vegetal y jardinería.

“La ampliación de productos respondió a que inicialmente éramos concesionarios de un fabricante nacional y solo distribuíamos los pocos productos que fabricaba. Comprendimos pronto que estar en manos de un único proveedor nos causaba dificultades, porque el fabricante nacional trabajaba pensando en Castilla o Andalucía y no en los cultivos preeminentes aquí en Galicia”, subraya el presidente de Soaga.

“Entendimos que teníamos que incrementar nuestro volumen para poder ayudar a nuestro cliente en todas sus necesidades. Queríamos disponer de las mejores semillas, abonos y productos fitosanitarios e, incluso en muchos casos, comprar esas cosechas al agricultor y luego transformarlas y comercializarlas como pienso. Se trataba de cerrar todo el ciclo desde el principio al final para que nuestro cliente pudiese contar con nuestra empresa para todo el asesoramiento y todos los productos necesarios”, detalla.

Con respecto a la expansión territorial, argumenta que, “si nos quedábamos solo en Galicia, teníamos un trabajo muy estacional, de marzo a septiembre, lo que provocaba que el resto del tiempo la empresa estuviese un poco aletargada, con lo cual desperdiciábamos recursos humanos. Creímos que era necesario extender nuestra red a toda España, Portugal y norte de Francia para atender los distintos ciclos, estar en actividad todo el año y aprender de todas las partes”. Con la llegada del siglo XXI, se construyeron nuevas instalaciones en Asturias y continuó su expansión por el resto de la península hasta llegar al país francés.

EL PAPEL DE LA INVESTIGACIÓN

Desde 2022, Soaga cuenta con un laboratorio renovado, dotado con tecnología puntera que permite a la compañía desarrollar nuevas líneas de negocio centradas en la agricultura de precisión. “El laboratorio y los técnicos son imprescindibles, porque son los que, junto con el agricultor y nuestra gente de campo, pueden realizar un análisis técnico de los suelos, ver qué carencias y excesos tienen, y recomendar el producto y el tratamiento más adecuado, que no siempre es el mismo”, insiste.

En la actualidad, la compañía tiene una plantilla de alrededor de 250 trabajadores directos. “A través del laboratorio y de nuestros ingenieros estamos en constante evolución para lanzar nuevos productos que cubren las necesidades del cliente, respetuosos con el medio ambiente y acordes con la legislación actual. La marca Fertimón hoy se ha transformado en Fertimón Pro y Fertimón Tech, que incluye activadores edafológicos, nitrógenos de liberación lenta, acondicionadores, correctores, biostimulantes y bioprotectores”, añade.

Además, la firma muestra su colaboración “con universidades y colegios; estamos abiertos a cualquier investigación que se quiera realizar sobre la materia que a nosotros nos ocupa, el campo y la ganadería. Prestamos toda la ayuda y estamos encantados de que así sea, y nosotros también aprendemos. Estamos siempre a la búsqueda de talento, porque lo más difícil en estos tiempos es encontrar gente preparada y cualificada”.

ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS NORMATIVAS

La legislación europea ha buscado impulsar en los últimos años insumos más sostenibles, circunstan-

“A TRAVÉS DEL LABORATORIO Y DE NUESTROS INGENIEROS ESTAMOS EN CONSTANTE EVOLUCIÓN”

cia que ha transformado el método de trabajo de empresas como Soaga. “Uno de los principales problemas es añadir nitrógeno al suelo, porque contamina los acuíferos y puede afectar a lagunas, ríos y mares por la falta de oxígeno. Nosotros hemos desarrollado una gama de Fertimón Pro que se llama Slow, que permite que ese nitrógeno se libere de forma más lenta y reduce la liberación de amoníaco y óxidos de nitrógeno, con lo que evitamos la contaminación de los acuíferos por nitratos”, destaca Carlos Vila.

“También tenemos un Fertimón Pro en el que se incorpora un activador edafológico, que sirve para nutrir a la planta y regenerar el suelo.. Son productos fruto de la investigación llevada a cabo en nuestro laboratorio, que ayudan a reducir la cantidad de abono que se echa al suelo, como requiere la legislación, pero aportando nutrientes y mejorando cosechas. En la parte ganadera contribuimos a que nuestros animales crezcan sanos, fuertes y sean más productivos, respetando a su vez el medio ambiente”, argumenta.

FUTURO

Carlos Vila repasa las razones por las que Soaga ha alcanzado su cincuenta cumpleaños: “La clave principal es la adaptación: no dar nada por sentado y no pensar nunca que las cosas van a volver a ser como antes. Pasó en la crisis financiera de 2008: hubo empresas que perdieron un tiempo precioso pensando que todo volvería y no volvió. Las que no se adaptaron lo pasaron muy mal y desaparecieron, y las que sí supieron adaptarse salieron adelante. Eso fue lo que hizo Soaga: expandir base territorial, ampliar el número de productos, fabricar algunos de ellos e invertir más en investigación”.

Con la idea de seguir en esta línea, Vila augura un futuro impredecible: “Antes los planes eran a dos o tres años y ahora los tienes que hacer mes a mes y semana a semana. Pensamos seguir creciendo en territorio, continuar aumentando la cartera de productos y ser para nuestros clientes y para la sociedad tan confiables como hasta ahora. Estar al lado de agricultores y ganaderos ayudará también a que esos pequeños pueblos puedan seguir trabajando y manteniendo actividad”, concluye.