

NICOLÁS BIRCHMEIER

▼ laudia Soler Bottinelli (50) años, casada y madre de tres hijos) celebraba junto a su fa-milia en Brasil el cumplea-ños de su padre, Jaime Soler Corona, a mediados de septiembre, cuando en Chile se festejaban las Fiestas Patrias. Sin embargo, la "pollo", como la cono-cen en el entorno familiar y sus amigos más cercanos, acortó su estadía para tomar vuelo a China. En su calidad de directora ejecuti-

va del Comité de Cerezas de Fruta de Chile, Soler comenta que viaja unas cinco veces al año a China para ver los preparativos y el avance de la temporada de envíos a este mer-cado —que concentra el 90% de las exportaciones—, así como también para asistir a eventos como Chile Week. Pero este año tuvo que agregar otra excursión a su agenda: la in-vitaron a ser la madrina del nuevo barco de la naviera china Cosco Shipping Lines, bautizado como

Cosco Shipping Chile". El evento se realizó el 20 de sep tiembre en el astillero de Cosco Shipping Heavy Industry, en Yangzhou y la convirtió en la primera chilena ma-drina de una embarcación de la firma. "Es un recuerdo para toda la vida", dice Soler. "Me sentí casi como una novia, cuando me peinaban y maquillaban, para luego ir a la ceremonia. Fue algo súper bueno, y feliz de poder representar a la cereza chilena también", agrega.

Soler, ingeniera agrónoma y MBA de la Universidad Católica, se consoli-dó como la embajadora de la fruta estrella de Chile en el extraniero. Uno de los correos de invitación de la naviera señala que su presencia en la ceremo-nia "marcaría un nuevo capítulo en la mejora de la relación comercial entre China y Chile'

En el mercado la conocen como la "Cherry Queen". Se lo tomó tan en se rio que así aparece en su perfil de la red social china WeChat. "Hacemos vide-os estando en el mercado chino, en toda la ruta de exportación, para que el público chino vea qué estamos haciendo, y por eso nace este personaje de la

con Soler durante su paso por Vinos de Chile cuando ella estaba a cargo de la promoción en mercados como Estados Unidos, Canadá y Europa, señala: "Claudia se la juega bien con la pega de las cerezas. Hoy día es el referente más potente que hay de cereza en el mundo de la fruta". Y agrega: "También soy cerecero, así que me interesa mucho que le siga vendo bien".

DIRECTORA EJECUTIVA DEL COMITÉ DE CEREZAS

Claudia Soler: La "Cherry Queen" que causa sensación en el mercado chino

Fecha

Vpe:

de las cerezas

Ingeniera agrónoma, maratonista y representante de la primera exportación de frutas del país. Su feeling con este negocio es tal que incluso fue invitada a ser madrina de una embarcación en dicha nación.



Pese a que a que China concentra un 90% de los envíos chile-nos de cerezas, Claudia Soler indica que aún no hay un techo en



Claudia Soler ofició como madri na de la embarcaciór "Cosco Shipping Chile"

Nadadora, maratonista...

Cercanos a Claudia Soler la descri-ben como una mujer "todo terreno", matea y que le encantan los desafíos. Por eso no se sorprendieron que tras ca-si 20 años trabajando en Vinos de Chile, se cambiara en 2022 hacia el mundo de las cerezas, para asumir la dirección ejecutiva del comité ligado a Frutas de Chile, en ese entonces como Asoex

Una fuente vincula la personalidad de Soler en los negocios con su pasión por el deporte. El asunto viene desde la infancia con sus hermanos Jaime (ex-CEO de Cencosud) y Magdalena. "Me sirve para liberar tensiones", dice la ejecutiva. Al igual que su hermano Jaime, Claudia Soler fue nadadora. Llegó a er seleccionada nacional, como cuando participó en el Sudamericano de 1991 en Venezuela. También practicó hockey y atletismo durante su época escolar en el Grange School. Actualmente entrena seis veces a la semana y realiza yoga, luego de retomar la actividad deportiva por medio del *run-*ning antes de cumplir 40 años.

Es cosa seria. Corrió las maratones de Boston, Chicago, Nueva York y Berlín, por lo que tiene como objetivo sumar Londres y Tokio para completar las seis "majors". "En abril voy a ir a Londres y después me faltaría Tokio, para colgar me mis seis medallas", afirma.

Eso parecerá apenas un paso. La reina de la cereza apunta al triatlón, al igual que su hermano Jaime. "Sería un sueño compartir con ella un triatlón", dice él. "Estuve bastante tiempo sin hacer deporte, muy dedicado a lo laboral, y la verdad es que volví a correr después de ver a Claudia en una maratón", sostiene.

Los Soler de Santiago

Pese a que Claudia Soler tiene un vínculo familiar con el mundo de las cerezas, dado que su tío José Luis Soler fue uno de los fundadores de Copefrut —segunda mayor exportadora de cerezas de Chile—, cercanos indican que ella siempre quiso formar su propio camino en el ámbito laboral. Comentan me fue clave su decisión de cursar un MBA para combinar su pasión agrónoma con el área comercial.

Claudia Soler, directora ejecutiva del Comité de Cerezas de Frutas

de Chile

Carolina Álvarez, amiga y compañe-ra en el Grange y en la universidad, la recuerda como alguien que "siempre ha tenido bien claro lo que le gusta. Es auta persona muy transparente y muy auténtica (...) Siempre le ha gustado te-ner retos en la vida", agrega. Ni Claudia Soler ni sus hermanos tie-

nen una relación directa con el tradicional negocio familiar Cecinas Soler, fundado por su abuelo Jaime Soler Mallafré en 1942, en Curicó. Su padre, Jaime So-ler Cortina, fue el único hijo del clan que no participó del negocio familiar, al trasladarse hasta Santiago, donde crió a sus tres hijos. Visto así, ellos serían los Soler de Santiago.

Sí, tiene una relación menor con unos locales de Cecinas Soler en San-tiago. "Participan mis dos tíos (Claudio y Ángel) y, como familia, mi her-mano Jaime y yo", explica. Remarca mano Jaime y yo", explica. Kemarca que siempre ha mantenido una bue-na relación con sus parientes de Cu-ricó, no obstante "nosotros busca-mos nuestro propio camino acá en Santiago"

Sus expectativas para la actual temporada de cerezas (2024-2025), que ya partió con los primeros em-barques a China, son altas: el comité estimó que se enviarán unas 131 mi-llones de cajas (casi 660 mil toneladas) de cerezas al mundo. Soler está enfocada en continuar fortaleciendo las campañas de promoción. "Aún no tenemos un techo. Nos queda todavía mucho por explorar en las reiones de segundo y tercer orden en China", dice.