

## COLIN FAIN PATRICK

### DEFINICIÓN PROFESIONAL

El Sr. Colin Fain, Director de Agronometrics.com plataforma de inteligencia de mercado. Obtuvo doble título de Ciencias y Artes en la Universidad del Estado de Colorado, Fort Collins, Colorado, USA (2010). El primer título: Gestión de Organizaciones e Innovación con certificado Gestión de Cadenas de Abastecimiento y el segundo: Artes Liberales enfocado en Ruso.

### EXPERIENCIA PROFESIONAL

Director, Agronometrics ([www.agronometrics.com](http://www.agronometrics.com)), Santiago, Chile. Enero 2011 al presente.

- Crea plataforma web Agronometrics para visualizar datos relevantes de la industria agrícola. Agronometrics es una plataforma de inteligencia de mercado que recolecta, estandariza y presenta diariamente precios y volúmenes de productos agrícolas de todo el mundo.
- Desarrollo de Modelos Predictivos, Análisis de Datos, Estrategias Comerciales, Ventas, Relaciones Públicas, Marketing y Administración.
- Desarrollo de mercados internacionales en más de 16 países, para la introducción de plataforma de inteligencia de mercado.

Columnista de Portal Frutícola ([www.portalfruticola.com](http://www.portalfruticola.com)). 2014.

- Columna: California vs. México: Resumen de la Palta Hass en el 2013. Enero 2014.
- Columna: El porqué detrás del peak más alto en los precios de arándanos registrado en los últimos 10 años. Febrero 2014.
- Columna: Precios de limas de EE.UU. se disparan debido a caída de la oferta mexicana. Marzo 2014.
- Columna: Precio de limones en Chile se multiplica por 7 invitando a importadores a explorar el mercado. Abril 2014.
- Columna: ¿Qué pasó con el Aguacalipsis?. Junio 2014.

Allegro Coffee, Investigador, Thornton, Colorado, USA. Agosto 2009 a Mayo 2010.

- Análisis detallado de la cadena de abastecimiento del Café, enfocado en relaciones comerciales entre participantes.
- Visitas a terreno en Thornton, Colorado y San José, Costa Rica.

Arrow Electronics, Externado, Englewood, Colorado. Enero 2009 a Mayo 2009.

- Compañía del Fortune 200.
- Diseño de metodología para medir el error en pronósticos de demanda de clientes.
- Análisis para facilitar alianzas estratégicas con clientes aumentando el servicio al cliente y reduciendo inventarios.
- Propuesto rediseño estructural, a través de visualización de datos, en un sistema de compras basado en la gestión de inventario.