



Sergio Gómez-Tagle

Mercadólogo cultural
Consultor
Productor
CDMX

Mercadólogo, empresario, consultor y productor.
Precursor de la mercadotecnia cultural en México.

Distinguido como Maestro Emérito en Marketing Cultural por su aporte y trayectoria. Autor y docente del primer curso oficial de mercadotecnia de las artes en México por invitación del CONACULTA e instructor especializado del programa ACERCA de la Cooperación Española en Nicaragua.

Durante 28 años de carrera ha desempeñado distintos cargos en la iniciativa privada: dirección de eventos artísticos corporativos, gerencia operativa de centros de espectáculos, management de importantes músicos nacionales y en producción de festivales y conciertos con artistas extranjeros como Lenny Kravitz, Cypress Hill, Rage Against The Machine, Jane's Addiction, KISS, Sepultura, The Horrors, Gary Numan, Erasure, Simple Minds, Fischerspooner, Infected Mushroom, Chromeo, Dua Lipa, Black Eyed Peace, entre otros.

Productor ejecutivo de disqueras transnacionales. Creativo para agencias de publicidad, capacitador de directivos y funcionarios y consultor de numerosas empresas y artistas. En el sector público ha sido académico y proveedor de servicios de universidades, institutos estatales, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Secretaría del Trabajo y la Secretaría de Cultura federales.

Ha producido espectáculos escénicos, fungido como promotor y curador de muestras de artes visuales y contribuye en la programación de exposiciones en las galerías de la Alianza Francesa de México, con quienes tiene un convenio de colaboración para la educación financiera del sector creativo. Su trabajo se ha publicado en medios nacionales, en *Photo Icon* (U.K.) y fue responsable de la sección de arte y cultura *Bunka to Geijutsu* de la revista japonesa *Tabi Toyo*.

Es codirector del 1er. Simposium Internacional de Arte, Cultura y Negocios, asesor del Festival Internacional de Cine Judío, Festival Internacional de Arte Contemporáneo, Festival de Jazz de N.L., Feria Nacional del Libro, Fondo de Empresas de Universidad de Veracruz, la Incubadora de Negocios de Universidad La Salle y miembro del Comité de Evaluación en la misma casa de estudios.

CEO y fundador de *Grupo AdVerb*, que integra a *Imaginaria*, agencia de consultoría y marketing cultural, *Japomex*, que promueve el intercambio artístico entre Japón y México, *Expertise*, figura dedicada a la investigación y educación continua en mercadotecnia cultural y temas derivados y *Start Cravers*, fondo de inversión para la producción de conciertos de alto valor.

Se ha presentado como conferencista en múltiples congresos y ha dictado diplomados, cursos y talleres en instituciones de Nicaragua y Costa Rica y en su país de origen en BUAP, UAGro., UGto., UNIVA, YMCA, UNITEC, ULM, UVM, UTEG, Universidad La Salle, Centro Cultural de España, Anglo Arts, Alianza Francesa, EDUCAL, CEDART, EDINBA, Casa Lamm, Museo Franz Mayer, Museo de Escultura Contemporánea, Museo de las Identidades, Museo Nacional de la Acuarela, Museo Universitario de Ciencias y Artes de la UNAM y en el Palacio Nacional de México.