



Todos los derechos reservados. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo las excepciones previstas por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra ([www.cedro.org](http://www.cedro.org)).

© 2024, ESIC EDITORIAL. Avda. de Valdenigrales, s/n. 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid). [www.esic.edu/editorial](http://www.esic.edu/editorial).

Caso original del profesor **Arturo Gómez Quijano**, desarrollado como base para discusión en clase y no como ejemplo ilustrativo de un proceso de negocio. Los datos utilizados en este caso se basan en información pública de empresas de referencia obtenida a través de su página web y otras fuentes de información. Los personajes y las situaciones son reales a partir de fuentes públicas.

Existe un manual del profesor como complemento pedagógico, está a disposición de aquellos profesores que utilicen este documento como material docente: [editorial@esic.edu](mailto:editorial@esic.edu).

**Palabras clave:** emprendimiento, negocio, marca, investigación, innovación, plan de comunicación.

**Categoría:** comunicación.

## El escenario

Te acabas de incorporar como director de comunicación de la productora que realiza el *show ABBA Voyage* en Londres.

Te han contratado para crear un plan de comunicación del espectáculo para, una vez que se ha consolidado entre las audiencias del Reino Unido, darlo a conocer ahora en las principales capitales europeas. Para ello, te entregan el siguiente informe.

## Antecedentes

«La música de ABBA atrae a todas las generaciones como ningún otro grupo desde The Beatles»,<sup>1</sup> dijo el mánager británico Simon Fuller, una de las personas más influyentes de la industria de la música, a *The New York Times*. Con casi 400 millones de álbumes vendidos, el grupo ABBA (1974-1982) sigue sonando en todo el mundo cincuenta años después de su victoria en Eurovisión (Brighton, 1974). Esta larga vida es excepcional para una banda de música pop, más aún teniendo en cuenta que son suecos, cantando en un idioma que no es el suyo. Normalmente, el origen de los grupos exitosos en este mercado global de la música suele ser Estados Unidos o Inglaterra. ABBA ha sido durante años la empresa más rentable de Suecia, además del primer exportador. Una muestra evidente de este atractivo intergeneracional ha

<sup>1</sup> Vincentelli, E. «Después de 40 años, Abba quiere que el mundo le dé una oportunidad», *The New York Times*, 27 de octubre de 2021. Recuperado en: <https://www.nytimes.com/es/2021/10/27/espanol/abba-regreso-voyage.html> (Última consulta 05/02/2024).