

M E S S I

UN PLAN PARA
CUMPLIR EL SUEÑO



Autoconvocados
Newell's Old Boys

Fundamentación

M Barcelona / Messi: "Me gustaría jugar en Newell's al menos seis meses"

FC Barcelona • "En Europa el Barcelona va a ser mi único lugar"

Messi: "Me gustaría jugar en Newell's al menos seis meses"

28/05/2018 | 10:36 CEST | [f](#) [t](#) [e](#)

[in English](#) [243 Comentar](#)

#MESSIENPASION

L DIA: Barça - Valencia | Real Madrid - Levante | Mundial Baloncesto China 2019 | Marc Gasol | Vuela España 2019 | Neymar - PSG | Mas

ORT BARÇA REAL MADRID FÚTBOL +DEPORTES RESULTADOS DIRECTOS SPORT TV FDJ

a CLÁSICO PLANTILLA BARÇA FICHAJES BARÇA CANTERA FEMENINO BALONCESTO BALONMANO

Barça

Messi: "En E

Messi y el sueño de jugar algún día en Newell's

SECCIONES

"...; Old Boys

LIONEL MESSI SELECCIÓN ESPAÑA

Leo Rosario le entregaron una camiseta de su primer equipo. Al colgar las botas, regrese al conjunto que lo vio crecer.

MESSI

"Me gustaría jugar en Newell's,

NEWELL'S

Leo reconoció que tiene ese sueño que "no uno nunca sabe". Y aseguró: "Me gustaría jugar en Newell's al menos seis meses".

Messi: "Jugar en Newell's es lo que soñé desde chiquito"

Messi: "Desde niño sueño con jugar en Newell's"

- "Neymar es un gran jugador y, de hecho, me parece que su presencia le haría muy bien a la Liga".
- "Maradona es el mejor de todos los tiempos, sin duda. No vi jugar a Pelé y no me hace falta".

EFE, RÍO DE JANEIRO 07/09/11 - 19:44.

[imprime](#) [envíalo](#) [4](#)

Leo Messi reiteró en una entrevista con la revista ESPN Brasil que, aunque no vio jugar a Pelé, el mejor de todos los tiempos, en su opinión, fue su compatriota Diego Maradona. "Maradona es el mejor de todos los tiempos, sin duda. No vi jugar a Pelé y no me hace falta", declaró el jugador del Barcelona a la revista, que salió a la calle este miércoles en Brasil y en cuya portada aparece sentado en un trono.

Como es habitual, algunos medios brasileños consideraron la opinión de Messi casi una afrenta que sirve para alimentar una ya antigua v



Fundamentación

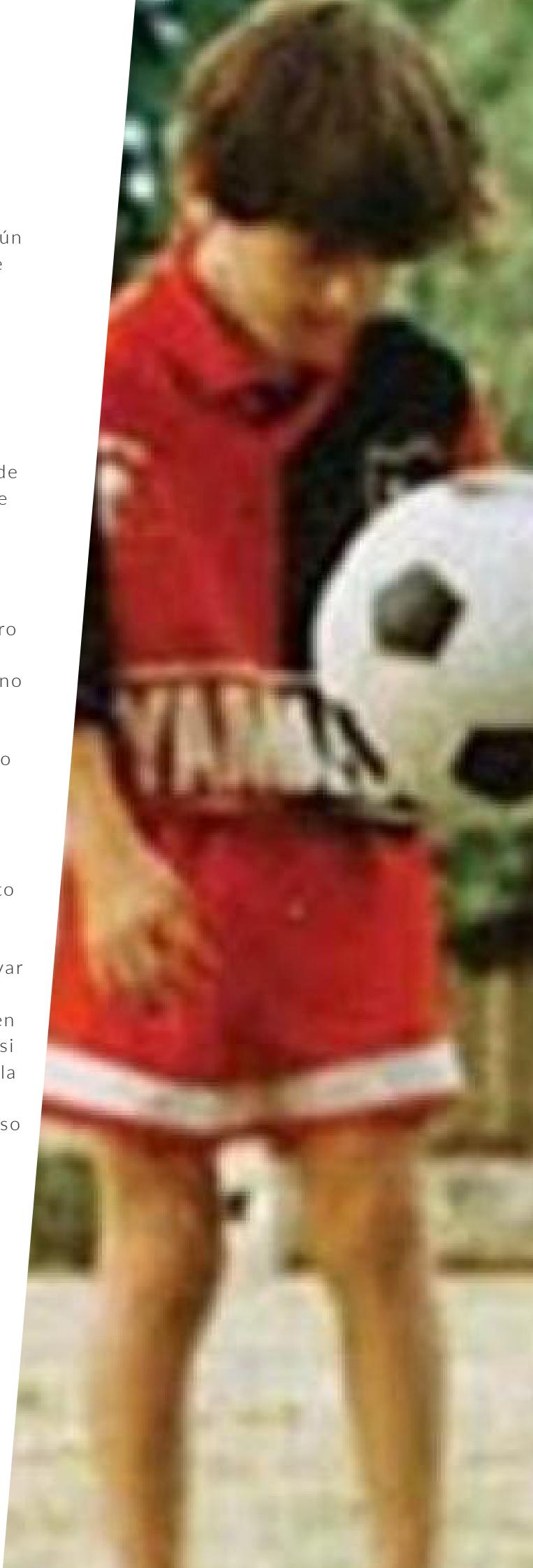
Es sabido el vínculo de Messi con Newell's. Según sus declaraciones a lo largo de su trayectoria se desprende que el club que más lo motiva para poder regresar al fútbol argentino es precisamente Newell's.

Pero más allá de su amor por nuestro club, sabemos que la figura de Messi trasciende cualquier tipo de frontera y su llegada al fútbol argentino en general y a la Superliga Argentina de Fútbol en particular sería un acontecimiento que colocaría a nuestro fútbol en la cima de la atención mundial.

Que Messi juegue en Argentina depende principalmente de él y sus objetivos de vida, pero también depende del trabajo que se haga en conjunto entre Newell's y todo el fútbol argentino para hacer este sueño posible.

El siguiente plan propone un esquema de trabajo mancomunado entre AFA, Superliga y Newell's para promover la llegada del astro del fútbol mundial a nuestra liga, potenciar el alcance y la comercialización de nuestro deporte y dar un salto de calidad abismal para dejar en lo más alto al fútbol argentino.

A su vez, el plan contempla propuestas para llevar adelante un proceso que genere la robustez necesaria dentro del club para que Leo juegue en nuestro país. En este sentido, la llegada de Messi nos exige prepararnos para dotar a Newell's de la infraestructura, los recursos humanos y los acuerdos comerciales necesarios para dar un paso enorme hacia la internacionalización de club.

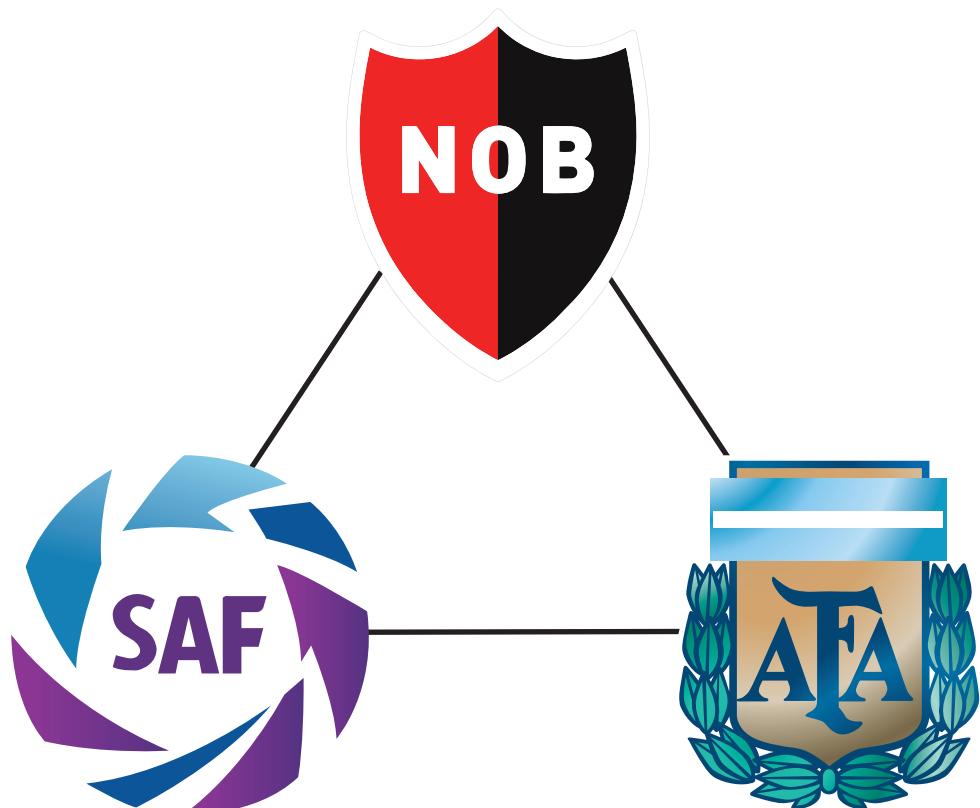


Fundamentación

"Aún no trabajamos en la posibilidad de qué significaría que Messi decida jugar en el fútbol argentino. Entiendo que lo que dijo es un deseo y también que si Messi viniera a Argentina a jugar al fútbol no sería por un tema económico, sino por lo que él quiere para con su vida. El fútbol argentino no está a la altura de una oferta económica que pueda atraer a Messi. La posibilidad está vinculada a una expectativa de vida de él y con un agradecimiento de él al club que lo formó originalmente. No tenemos en agenda pensar de qué forma se puede seducir al jugador. El impacto y la visibilidad que daría serían al que corresponde al mejor jugador del mundo, una visibilidad en el mundo que hoy no tenemos. Nos permitiría llegar a un montón de lugares a los que hoy no llegamos como producto. Sería un empujón espectacular para nuestro fútbol. Dependerá de él, pero creo que ayudaría muchísimo a la visibilidad y alcance de la Superliga".



Mariano Elizondo
Presidente Superliga
Argentina de Fútbol



Propuesta de trabajo en el club

Desde Socios e Hinchas Autonconvocados nos comprometemos a ser parte activa de un equipo de trabajo entre las diferentes partes involucradas para llevar adelante la iniciativa. Este equipo deberá tener como objetivo principal el análisis, diagramación, ejecución y seguimiento para hacer posible el proyecto de que Messi juegue en Newell's.

Algunas tareas:

- > Replantear la forma en la que se piensan los acuerdos, generar un nuevo modelo para los contratos venideros e intentar replantear los existentes que tenga Newell's de modo tal que se incluya una cláusula para su revisión en caso de que Messi venga a jugar en nuestro club.
- > Proyectar un plantel profesional competitivo para acompañar la llegada de Messi. Diagramar las llegadas de juveniles a primera para 2020 y 2021.
- > Relevar y diseñar un plan de infraestructura para contemplar las modificaciones que se precisarán en los distintos predios.
- > Confeccionar un presupuesto de costos y una propuesta para hacernos de los ingresos necesarios para la concreción del plan.

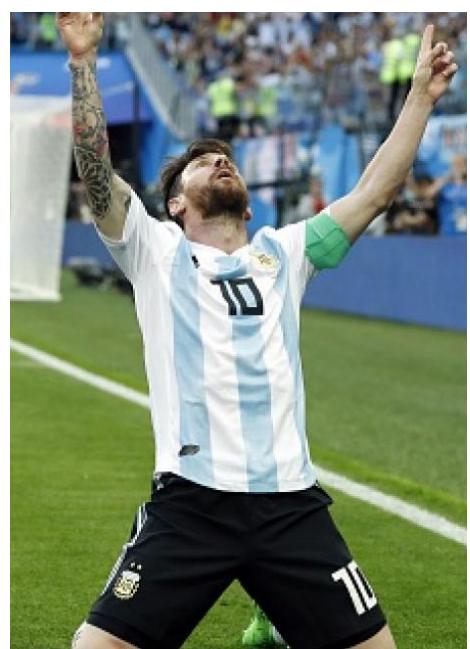


Propuesta de trabajo con AFA/SAF

Replantear la forma en la que se piensan los acuerdos, generar un nuevo modelo para los contratos venideros e intentar replantear los existentes que tenga Newell's de modo tal que se incluya una cláusula para su revisión en caso de que Messi venga a jugar en nuestro país.

Diseñar e implementar un plan de acción para llevar adelante la inversión necesaria de dólares que costaría el arribo de Messi a Newell's. Dicha inversión va a contemplar el armado de un plantel competitivo, las obras de infraestructura necesarias para recibir tamaña estrella mundial y demás necesidades.

Comenzar a trabajar para que Messi juegue en Newell's el año previo al mundial Qatar 2022.



Las 3 partes del negocio del fútbol

1- TV para el mercado local

La Superliga representa para los grandes el 40% de sus gastos, mientras que para los más chicos significa un 70/80% de su gasto. Dependen de la Superliga porque no generan recursos por afuera".

Perfil - 10/04/19

<https://fortuna.perfil.com/2019-04-10-203439-la-superliga-y-los-nuevos-negocios-del-futbol/>

Dado el significativo porcentaje de gastos propios que cubren los clubes con el ingreso de Superliga, podemos prever que para los clubes más chicos será un aumento de la principal fuente de ingresos que tienen. Para los más grandes significaría pasar la frontera del 50% de los gastos, lo que agregaría una dosis de estabilidad mucho mayor a la actual. Teniendo en cuenta que en estos momentos la caída del peso significa tener menos dinero para contratar figuras que ganan en dólares, la entrada de nuevos ingresos dolarizados (aunque oportunamente se pesifiquen) implica un refuerzo a los presupuestos de los clubes y de AFA.

2- Sponsors

Otra pata del negocio del fútbol es el sponsoreo. La Superliga tiene un sponsor principal y varias empresas que también participan para cada categoría o fuera de la competencia. Por ejemplo, una bebida energizante no sponsorea la Superliga pero sí el e-Superliga (que tiene juegos on line). **"Hace dos años, el sponsoreo alcanzaba los \$ 70 millones. Este año es de \$ 500 millones"**, destacó.

Perfil - 10/04/19

<https://fortuna.perfil.com/2019-04-10-203439-la-superliga-y-los-nuevos-negocios-del-futbol/>

La presencia de Lionel Messi en el medio local centraría todos los flashes en el fútbol argentino. Y dónde está el foco de atención crece la presencia publicitaria. No hace falta explicar que la estrella más grande a nivel mundial generaría un crecimiento que no se puede trazar como lineal sino disruptivo, acelerando y comprimiendo el trabajo de superliga de las próximas décadas en unos pocos meses.

Las 3 partes del negocio del fútbol

3- Exportación de derechos audiovisuales

La tercera columna del negocio es la venta de contenidos audiovisuales al exterior. "El fútbol argentino sino es el primero, está entre los dos más vistos de Latinoamérica. **Argentina es la 3º exportadora de jugadores en el mundo y la 1º en América.** Los jugadores argentinos son más conocidos que la Liga y nosotros nos apalancamos en el conocimiento de esos jugadores. **Si bien del 100% de los derechos audiovisuales en 98% está en el país y el 2% se genera en el mundo, la exportación alcanzó los u\$s 6 millones**", agregó.

Perfil - 10/04/19

<https://fortuna.perfil.com/2019-04-10-203439-la-superliga-y-los-nuevos-negocios-del-futbol/>

De los 3 rubros que analizamos este es el que más recorrido tiene. El presidente de Superliga reconoce que la estrategia de apalancarse en las figuras es la herramienta que utiliza para intentar internacionalizar la liga. La misma estrategia siguieron la Liga de España e Inglaterra, como máximos representantes. El conocimiento de Messi es total, por lo tanto la incipiente internacionalización estaría asegurada (hoy son sólo U\$S 6 millones).

A partir del próximo año la liga colombiana ha suscripto un contrato por U\$S 50 millones anuales durante los próximos 10 años por los derechos de transmisión del fútbol colombiano en el exterior. Si lográramos esa suba significaría un 733% más de lo que recibimos actualmente y en moneda dura. De más está decir que la liga argentina es más atractiva y la figura excluyente de Messi llevaría esas cifras muchísimo más arriba.

A su vez estos beneficios serían escalables a todo el continente si Newell's Old Boys participara en copas internacionales.

Este lunes, en una rueda de prensa, Jorge Enrique Vélez, presidente de la Dimayor, confirmó la venta de los derechos de transmisión del fútbol colombiano al exterior. El contrato se firmó con el fondo de inversión estadounidense Prudent Corporate Finance, el cual también adquirió los del fútbol brasileño.

Los 36 equipos del fútbol colombiano percibirán 50 millones de dólares al año, por lo que recibirán aproximadamente 1'4 millones cada uno.

"Antes por derechos, los clubes recibían solo un millón de dólares, ahora serán 50. Así les hago la comparación", fueron las palabras del dirigente.

El Espectador - 22/07/19

<https://www.elespectador.com/deportes/futbol-colombiano/revolcon-en-el-futbol-colombiano-con-la-venta-de-los-derechos-de-transmision-al-exterior-articulo-872263>

Otros datos para tener en cuenta

Los ingresos de la Superliga

La Superliga repartió \$ 4.200 millones y el ingreso de los clubes aumentó un 55%

26 Junio 2019

En promedio cada uno de los 26 clubes recibieron \$ 164,6 millones. El incremento interanual acompaña a la inflación y le gana a la devaluación. Reparto equitativo y mejores balances.

Ámbito - 26/06/19

<https://www.ambito.com/la-superliga-repartio-4200-millones-y-el-ingreso-los-clubes-aumento-un-55-n5039332>

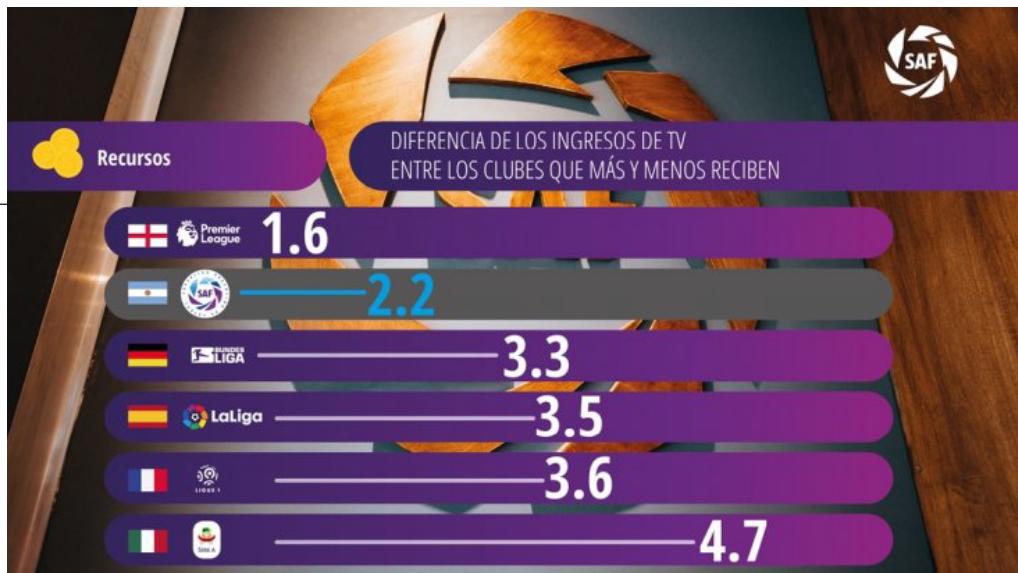
Esta afirmación marca el importante trabajo que se viene haciendo en el incremento de los recursos, pero a su vez muestra la fragilidad que comportan todos los ingresos que estén ligados a la venta hacia adentro, al mercado local, porque los argentinos no pueden pagar mucho más por el fútbol, ni por los productos que las marcas allí auspician. Por lo tanto, si el salto cambiario es de un 100%, ese aumento es imposible de trasladar al consumidor final del producto.

Todos estos factores redundan en una caída de los ingresos medidos en dólares. Esto es importante porque el fútbol se nutre de futbolistas y el mundo compra futbolistas y paga sus sueldos en moneda dura, lo cual repercute en el nivel de la liga y esto a su vez retroalimenta una dificultad en los contratos posibles de lograr.

Para asegurar el nivel de ingresos, el contrato de la TV se ajusta por el IPC o por el incremento del precio del cable, el que fuera mayor de los dos, y esta revisión se hace dos veces por año de forma semestral. Por caso, en el semestre de julio a diciembre de 2018, la inflación fue más alta que la suba del abono. En cuanto a los sponsors, los contratos también tienen cláusulas de actualización.

La imposibilidad de linkear lo que reciben los clubes con el valor del dólar está dada no por falta de pericia en la confección de los contratos sino porque el mercado local no puede pagar más que la riqueza de los habitantes/consumidores, por lo tanto los mecanismos de indexación son paliativos para la caída de los ingresos desde la visión de los clubes.

El modelo de reparto del dinero de la TV de Superliga



El sistema de reparto elegido por superliga es de los más igualitarios a nivel mundial, algo que generan ligas más competitivas (tendiendo a imitar a la liga inglesa).

La posibilidad de que SAF cuente con la figura de Messi impactará de un modo significativo, no sólo en Newell's Old Boys sino en todos los clubes.

El futuro llegó

Negocios

En el marco del plan para la búsqueda de nuevos negocios, en la Superliga comenzaron en el torneo pasado a brindar conectividad gratis de WIFI en un partido por fecha, a las personas que van al estadio. **En promedio unos 12.500 hinchas se conectan por partido**, y dejan sus datos o bien se bajan la APP de Superliga, lo que genera una base de datos que luego permitirá ofrecer servicios o promociones a los hinchas.

Otros de los negocios es la copa de los e-sports, con Red Bull y BGH como sponsors. **El objetivo planteado es llegar a los niños y adolescentes que conocen a los jugadores de las ligas europeas sin haber visto nunca un partido.** De esa forma, **la intención es que los jóvenes conozcan a los jugadores del fútbol local y sigan más la liga argentina.**

Ámbito - 26/06/19

<https://www.ambito.com/la-superliga-repartio-420-millones-y-el-ingreso-los-clubes-aumento-un-55-n5039332>

La incidencia en este nicho, que es el segmento que garantizará la reproducción y el crecimiento del prestigio y el porcentaje de conocimiento del fútbol argentino, es primordial. Los efectos en este sector de la presencia del capitán de la Selección Argentina, pueden asegurarse. Si entendemos que el perfil del fan internacional es el de desplazarse con las figuras a las que siguen, podemos captar una parte del trabajo sobre esta figura que han realizado los europeos. Lógicamente a nivel local debemos acelerar los *jobs to be done* para soportar a semejante figura. No obstante, la irrupción de tamaña figura acorta los plazos, aumenta los flujos y facilita el trabajo. Sin contar que generará los medios económicos para implementar las modificaciones.

Superar la “desunión” para mejorar el producto

MT: – ¿A dónde está el principal problema del fútbol argentino?

ME: – El fútbol argentino tuvo muchos años de desunión, de no sumar todos hacia un objetivo común. Cuando pasan esas cosas los productos se van debilitando. Sufrimos la no unión de un objetivo común.

MT: – ¿Y la solución?

ME: – Creo que los dirigentes que hacemos la Superliga tenemos que trabajar para la unión de todos y tener un fútbol más fuerte. De esta forma si tenemos una Superliga más fuerte, vamos a tener un producto mejor e ingresos más grandes.

MT: – ¿Qué aportan a nuestro fútbol dos empresas como Fox y Turner?

ME: – Son de las empresas generadoras de contenido más grandes del mundo. Fox tiene además mucha experiencia en contenido deportivo en Latinoamérica y Turner es un gigante mundial que está haciendo sus primeros grandes pasos en ambiente del fútbol. Son dos compañías que nos pueden aportar muchísimo para crecer, las transmisiones se vean diferentes y para que volvamos a estar en la agenda internacional.

Revista Mundo Talleres N° 6

<https://www.clubtalleres.com.ar/mariano-elizondo-entre-todos-tenemos-que-generar-un-futbol-argentino-mas-fuerte/>

Con el proyecto Messi 2021 tendremos la oportunidad de demostrar que somos capaces de realizar un trabajo mancomunado, con objetivos claros. Si somos capaces de trabajar de ese modo, los ingresos mayores llegarán, pero principalmente mejorará el fútbol argentino. Con formas de trabajo modernas y colaborativas generaremos un valor ya no intrínseco al producto vendido sino a la forma de gestión capaz de lograr cerrar contratos valiosos con empresas capaces de maximizar el rendimiento de los derechos de nuestra liga en beneficio mutuo y defendiendo a los clubes que es lo que nos importa.

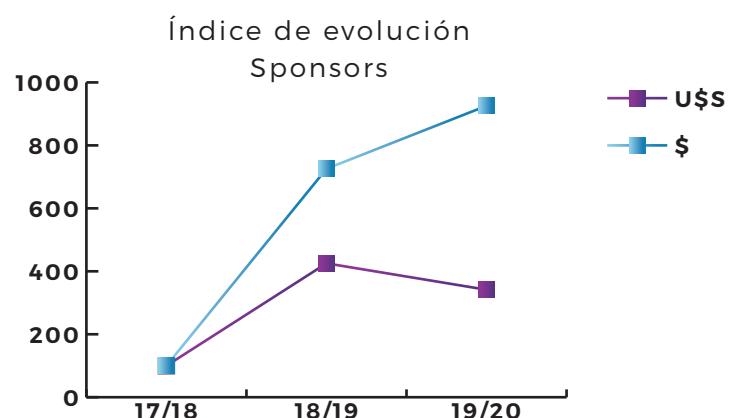
Algunas datos para contextualizar

Dar el salto de ingresos en dólares

El “mazazo” que significaría el salto del tipo de cambio en la economía de los clubes, implica que el crecimiento nominal en pesos de los ingresos no retenga el poder adquisitivo, deteriorando el nivel deportivo de los planteles. Veamos algunos ejemplos de estos tres años:

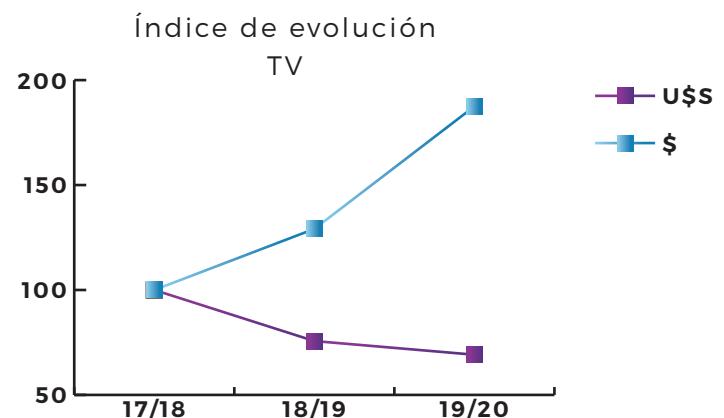
Ingresos por Sponsors

	17-18	18-19	19-20
\$	74 M	537 M	685 M
U\$S	3,39 M	14,43 M	11,58 M



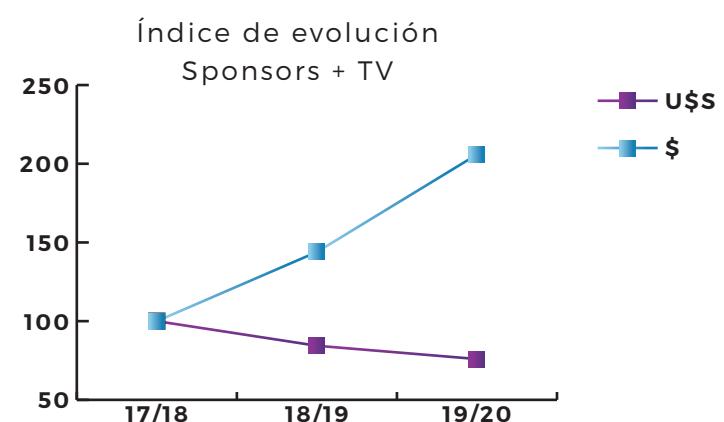
Ingresos por TV

	17-18	18-19	19-20
\$	2.900 M	3.744 M	5.437 M
U\$S	132,93 M	100,58 M	91,92 M



Ingresos por Sponsors + TV

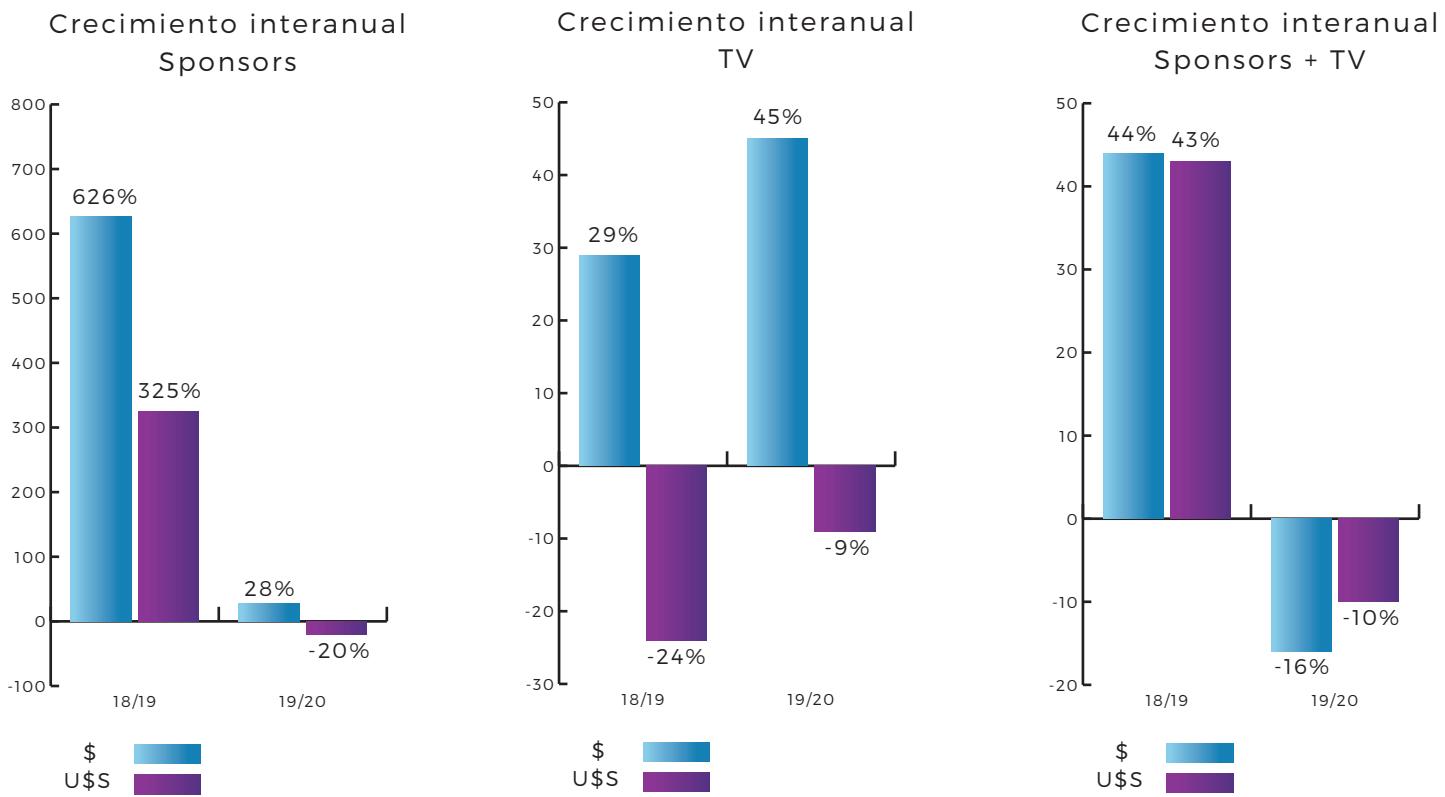
	17-18	18-19	19-20
\$	2.974 M	4.281 M	6.122 M
U\$S	136,93 M	115,01 M	103,5 M



Dar el salto de ingresos en dólares

Por poner un ejemplo, podemos ver cómo la recaudación en dólares por sponsors cayó a 11,58 millones de dólares, mientras que un torneo de menor valía como el colombiano, en 2018 recibió por el mismo concepto 14 millones de dólares. Esto, lejos de ser una crítica, nos marca como una liga como la argentina, que está modernizándose, tiene un recorrido impresionante para facturar muchísimos millones de dólares más.

Con la presencia de Messi, el costo de modernizar las estructuras para cobijarlo y sacar provecho a su participación es ínfimo en comparación con el aumento de ingresos previsible que arrojan los cálculos más austeros.



— La marca país

La historia de Lionel Messi puede encontrar varias formas de ser contada. Una de ellas es el repaso de los éxitos deportivos que minan su carrera desde los inicios hasta la actualidad. Otra forma posible es aquella que indica que hasta 1999 jugó en Newell's Old Boys y que en el año 2000 apareció la oportunidad de ponerle fin a la zozobra física que padecía, o al menos de darle un tratamiento que el país le negó. La salud supeditada al factor económico.

La metáfora del mejor del mundo que no puede encontrar un destino agradable en su país, al que quiere pero no puede regresar con éxito, está presentada como una imagen poética. Un club al que siente profundamente en su corazón, al que cada vez que puede hace referencia demostrando su amor, pero al cual parece no poder volver.

Pero hay otra manera posible de contarla. Como es evidente, la historia es una narración que se construye sobre los hechos. La historia está hecha de palabras que cuentan las cosas que pasaron. Pasó que, como un cruel ejemplo, una infancia de pobreza en la Argentina de los noventa acabó con una ausencia que se consumó en la previa de la última gran crisis del país. Hasta allí los hechos (y las palabras que torpemente los describen). Para contar que ese nene puede volver a su país, para pronunciar esas palabras y que sean ciertas, configurándose una nueva metáfora, pero de la esperanza, necesitamos el hecho: que Lionel Messi pueda volver al club que lo vio nacer, a su país. Una Argentina que, si bien demorada, pueda mostrar un costado firme y amable a la vez.

— Que lo vengan a ver

La vuelta de los grandes jugadores al fútbol local genera atención y un estado colectivo de expectativas y entusiasmo. Los últimos y más resonantes casos han sido los de Riquelme, Verón y Maxi Rodríguez. Figuras internacionales vigentes y de renombre mundial, ligadas a la Selección Argentina y con un profundo respeto del hincha que trasciende las camisetas.

En Newell's tenemos la fortuna de haber sido además la casa de Diego Armando Maradona y de Ariel Arnaldo Ortega para sus vueltas al fútbol. El resultado fue: estadios llenos para ver prácticas, gente neutral sacando entradas para camuflarse entre los hinchas de otros equipos y ver los partidos, un encendido descomunal y una presencia permanente en la TV porque el público de todo el país demandaba verlos.

La figura de Messi, contemporánea a los desarrollos tecnológicos más avanzados hace que el conocimiento de su figura sea inusitado. Si bien todo el mundo lo ha visto jugar, sabemos que el ciudadano promedio del mundo tiene 28 años, es un joven interconectado y alfabetizado, con un poder adquisitivo creciente. Refiriéndonos a nuestro país, su desempeño en Barcelona ha sido seguido por millones de niños y adolescentes. Pero, lamentablemente pocos han tenido la suerte de acceder a verlo. El máximo goleador histórico de la Selección, el capitán, el mejor jugador del mundo, el emblema de la Argentina no ha tenido contacto significativo con el público local. No haber jugado en primera división es una carga para una figura a quien el público le demanda que los exprese. Esta distancia, aleja la posibilidad de identificación y hoy

nos encontramos con la chance de zanjarla.

Entendemos que un campeonato con Messi visitando cada estadio del fútbol argentino en la previa de un mundial será el espaldarazo que necesita para culminar de ser leyenda. Estamos seguros que la gira nacional que significaría su participación en nuestra liga implicaría un movimiento parecido en lo fundamental, pero con una repercusión mundial de una mayor escala, a las míticas giras del Santos de Pelé.

También estamos convencidos de que sería un salto de calidad enorme para nuestra dirigencia poder llevar a cabo un plan de este calibre, devolviendonos la confianza en instituciones que son la expresión de la forma en la que se coordina nuestro pueblo. Le haría muy bien a nuestro fútbol en particular y al país en general exhibir una dirigencia capaz de lograr tamaño impacto. Ese símbolo seguramente lograría un reconocimiento proporcional a la magnitud de la gestión.

— De exportación

Anteriormente expusimos la ligazón de este proyecto con la construcción de una Argentina distinta y el impacto que generaría la posible llegada del astro del fútbol mundial a nuestro país. Más allá de este aspecto que consideramos como fundamental, la figura de Leo Messi ha constituido desde su llegada al fútbol profesional una usina de generación de recursos de todo tipo. Leo Messi es en sí mismo una de las empresas que más y mejor moviliza dinero en el mundo.

Que Messi juegue en la Superliga sería la puerta de entrada para poder capitalizar tamaña empresa y así contribuir a la generación de divisas que tanto necesita el contexto actual del país.

El primer ítem a considerar es el que ataña a lo antes descrito: la comercialización de la TV internacional. Claro está que la venta de estos derechos son el gran punto a explotar con la llegada del crack rosarino. El acuerdo existente que no supera los 6 millones de dólares podría aumentarse a niveles muy superiores, lo que permitiría dar un gran salto en las recaudaciones y reinversiones para clubes y empresas del país.

El salto internacional también habilitaría a que empresas de todo el planeta deseen invertir en nuestro país y en nuestro fútbol. Los clubes tendrían acceso a mercados impensados y la posibilidad de desarrollarse mucho mejor.

Por último, no es menor dar un apartado especial a las potencialidades del turismo internacional. Según la Organización Mundial del Turismo, en 2018, 6.941.828 turistas internacionales visitaron nuestro país y las exportaciones por servicios turísticos fue de 5.558 millones de dólares.

La mayoría de los visitantes llegaron desde Brasil y Chile, continuando con Estados Unidos, Canadá y demás países de Europa. Los turistas llegan a Argentina por diversos motivos y son una de las principales fuentes de generación de ingresos y de empleo. La figura de Messi sería un gran atractivo para las personas que desean viajar a nuestro país.

Uno de los lugares que más se beneficiado por la figura de Leo es la ciudad de Barcelona. Más allá de todos los atractivos que la ciudad catalana posee, tener a Messi jugando en el FC Barcelona, ganando títulos y premios todos los años, sumado al esfuerzo de dicho club por internacionalizarse, produjo que el Camp Nou (su estadio) sea haya convertido en la tercera atracción más visitada de Barcelona.

Los datos aportados por el propio club hablan que un total de 1.875.987 turistas pasaron por la Camp Nou Experience en la temporada 2017-2018 generando 57,67 millones de euros en 2017-2018. A su vez, el FC Barcelona registró ingresos por entradas a no-socios por 61,13 millones de euros en la misma temporada. La experiencia del club catalán nos permite imaginar que, de trabajar de manera planificada y generando los atractivos necesarios (museos, experiencias, mejoras en la capacidad de estadios), la Argentina de Messi podría generar recursos similares.

Más allá de los principales países afluentes del turismo que se mencionaron con anterioridad, un mercado siempre tentador y al que hace un tiempo se le pone especial atención es chino. China es un gran emisor de turistas. Aproximadamente 10% de su población viaja internacionalmente y en el 2018 fue el país que más gastó en turismo internacional (277 mil millones de dólares).

Hace poco tiempo el embajador de China en Argentina expresó que "lo que atrae a los chinos de Argentina, es en principio la naturaleza, y en segundo lugar, la cultura, algo por lo que Argentina también es muy conocida en China, por el fútbol, el tango, y su gastronomía". Que Messi juegue todos los domingos en nuestro país podría hacer ascender el número de visitantes chinos de 72.000 que viajaron el año pasado a muchísimos más.