



OBSERVATORIO
de la industria argentina
de Videojuegos

INFORME 2025

RELEVAMIENTO 2025 SOBRE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN 2024



UNRaf
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
RAFAELA





Guadalupe de la Iglesia, Directora



Andrés Rossi, Director Lic. en Desarrollo de Videojuegos y Entretenimiento Digital



Hernán López, Presidente

**PRODUCCIÓN DEL
INFORME**

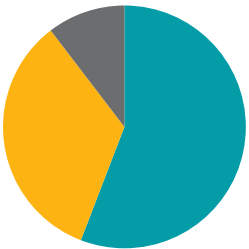
Guadalupe de la Iglesia y Carolina Rosso

TABLA DE CONTENIDOS

3	RESUMEN
4	SOBRE EL OBSERVATORIO
5	METODOLOGÍA
6	AGRADECIMIENTO
7	TAMAÑO DE LA MUESTRA
9	1 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES
20	2 DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS
26	3 SERVICIOS DE SOPORTE AL DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS
30	4 HERRAMIENTAS
37	5 RECURSOS HUMANOS
43	6 ESTRUCTURA Y CRECIMIENTO

TAMAÑO DE LAS EMPRESAS

55.26% MICRO (≤ 7)
34.21% PEQUEÑA (8-35)
10.53% MEDIANA (36-345)



RRHH 1432

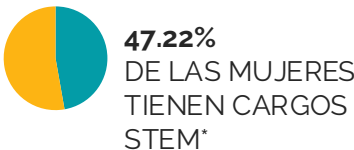
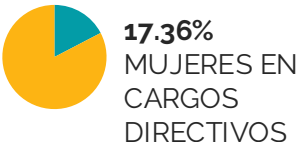
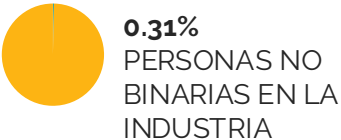
PROFESIONALES EN ACTIVIDAD

TAMAÑO ESTIMADO DE LA INDUSTRIA*

U\$S 87.344.640

*ESTIMACIÓN BASADA EN LA CANTIDAD DE RRHH EN ACTIVIDAD

GÉNERO Y DIVERSIDAD

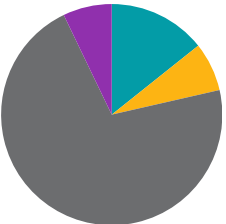


* CIENCIA, TECNOLOGÍA, INGENIERÍA Y MATEMÁTICAS

MERCADO DE DESTINO PRINCIPAL

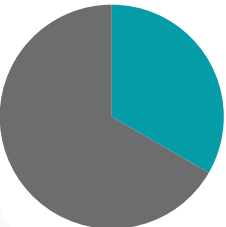
B2C

COMERCIALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS



PEQUEÑAS Y MEDIANAS

71.43% EEUU Y CANADÁ
14.29% ARGENTINA
7.14% EUROPA
7.14% LATAM

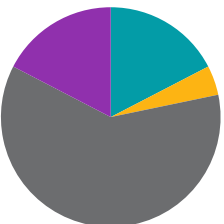


MICRO

66.67% EEUU Y CANADÁ
33.33% ARGENTINA

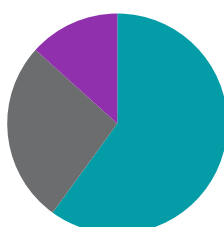
B2B

COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS



PEQUEÑAS Y MEDIANAS

60.87% EEUU Y CANADÁ
17.39% ARGENTINA
17.39% EUROPA
4.35% LATAM



MICRO

60% ARGENTINA
26.67% EEUU Y CANADÁ
13.33% EUROPA

VIDEOJUEGOS 2024

DESARROLLO INICIADO



41 PEQUEÑOS
23 GRANDES

PUBLICADOS



17 PEQUEÑOS
10 GRANDES

PLATAFORMA PRINCIPAL



1º PC / MAC / LINUX
2º MOBILE

TIPO DE VIDEOJUEGO PRINCIPAL



1º ACCIÓN
2º ESTRATEGIA

PÚBLICO OBJETIVO PRINCIPAL



1º 19-35 años
2º 7-13 años



SOBRE EL OBSERVATORIO

El **Observatorio de la Industria Argentina de Videojuegos** es un proyecto público y privado iniciado en 2017 desde la Universidad Nacional de Rafaela (**UNRaf**, Santa Fe) y potenciado por **ADVA**.

El objetivo principal del observatorio es generar y poner a disposición informes descriptivos de la industria de videojuegos de Argentina. Estos informes incluyen métricas del sector en cuanto a sus características generales, sus recursos humanos, sus actividades, los mercados de destino, entre muchos otros aspectos. La actividad sostenida año a año en la generación de estos reportes es útil para valorar y analizar la evolución de la industria en el tiempo.

Se espera que la información incluida en los informes de este observatorio sea útil para respaldar con datos la descripción de la industria local de videojuegos, para comprender los alcances y las necesidades del sector, y para proponer y gestionar políticas públicas y privadas tanto para el ámbito industrial como formativo.



SOBRE LA METODOLOGÍA

Los informes generados a partir del observatorio surgen de un análisis riguroso de la información proveída por participantes voluntarios de la industria que accedieron a responder al relevamiento. El relevamiento consta de tres partes: una referida a las características generales del emprendimiento o empresa, otra a los recursos humanos, y otra relacionada a la estructura y crecimiento. En todos los casos los datos relevados son estrictamente confidenciales y han sido obtenidos con el consentimiento de los participantes.

Una de las características metodológicas más relevantes de este informe radica en que las estadísticas descriptivas reportadas reflejan exclusivamente los datos empíricos efectivamente relevados. La única estimación no descriptiva incluida es aquella referida al tamaño de la industria. En esta se utilizan como base los datos relevados sobre los recursos humanos de la industria, y su resultado refleja un cálculo basado en valores promedio por hora de cada rol profesional reportados por la comisión interna de ADVA.



AGRADECIMIENTO

Este informe no hubiera sido posible sin las respuestas de los y las participantes de la industria que voluntariamente contestaron al relevamiento. Agradecemos su valiosa participación.



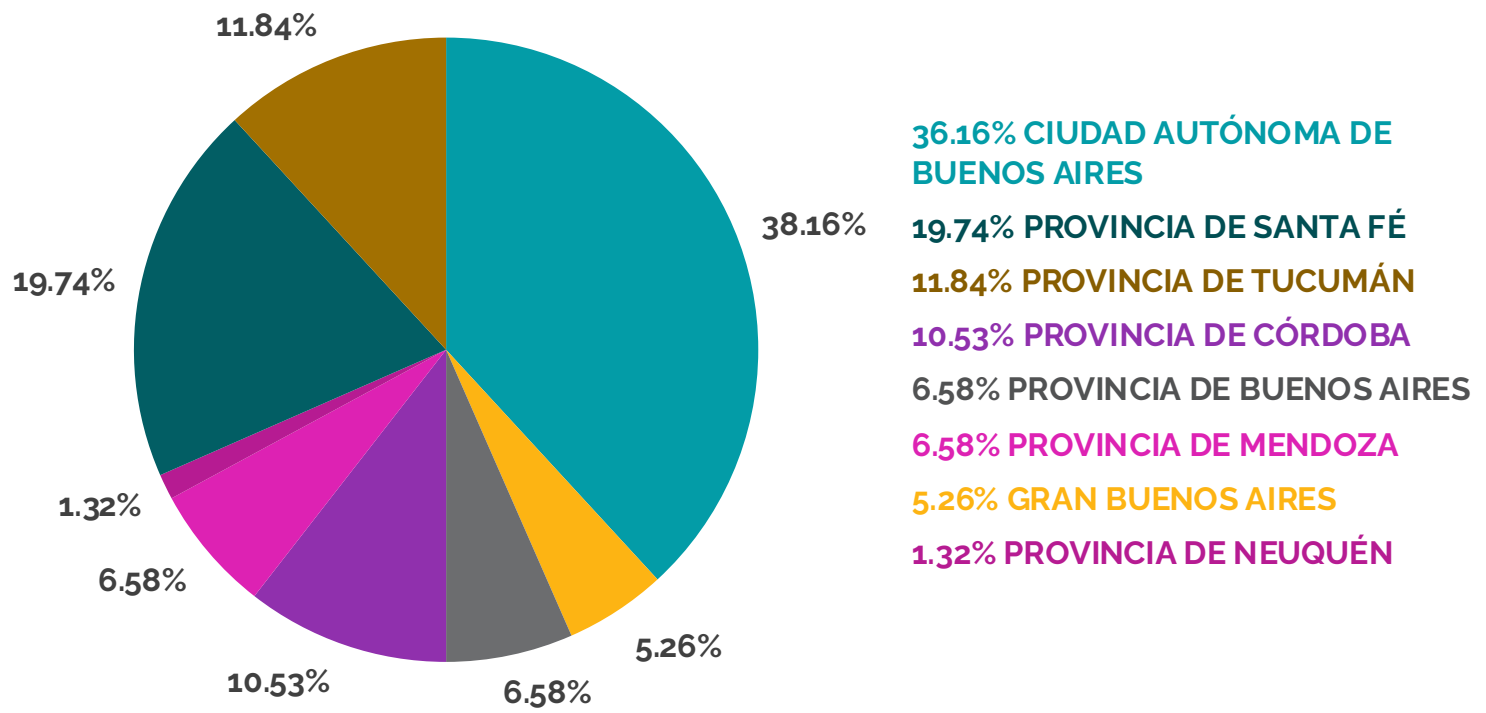


NÚMERO DE RESPUESTAS A INFORMES PREVIOS Y AL INFORME ACTUAL

El informe 2025 está basado en las respuestas de **76 participantes voluntarios**. De ellos, 60 contestaron las tres partes del relevamiento y 16 brindaron información sobre los datos principales. Todas las respuestas se basan en las actividades realizadas durante 2024.

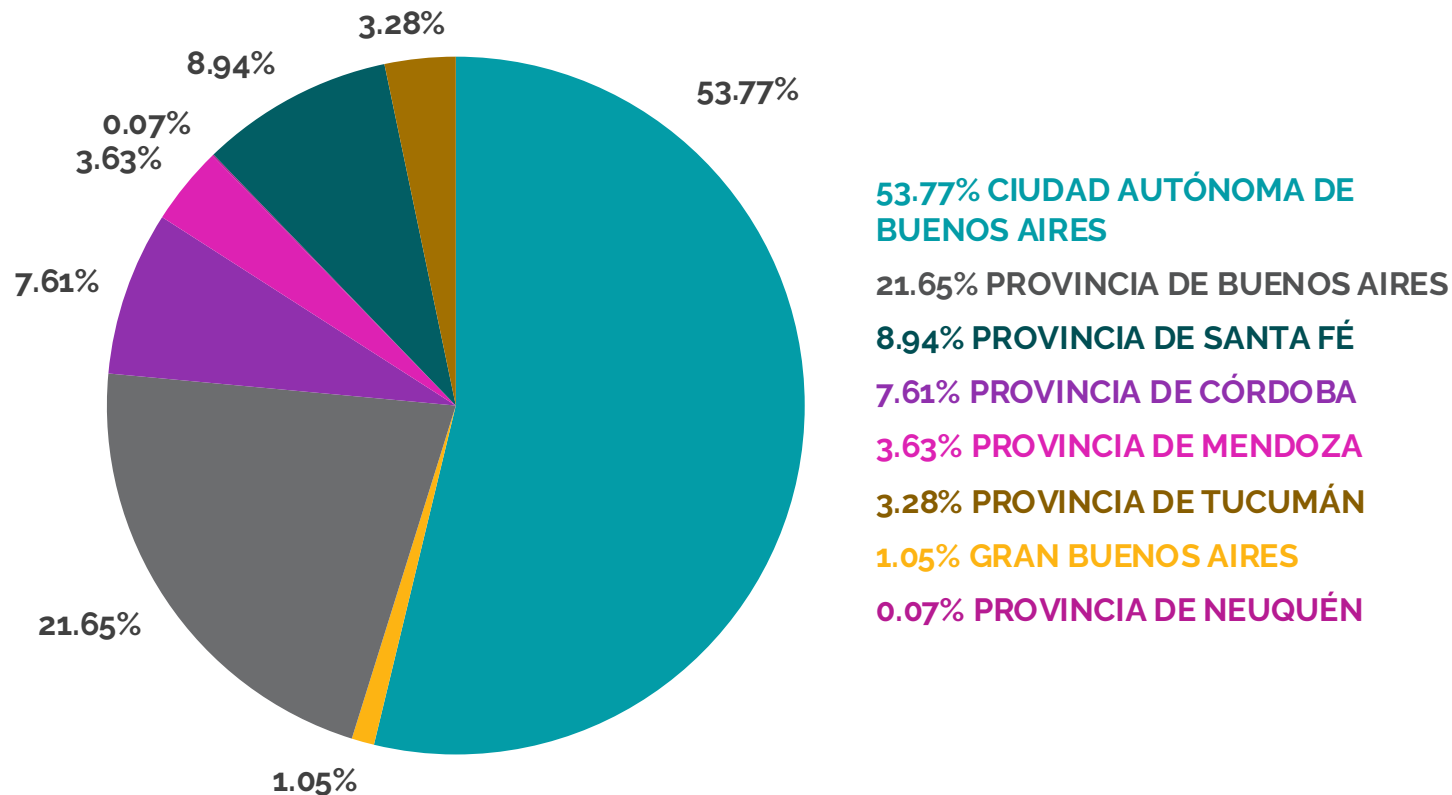
1 | CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS RESPUESTAS RELEVADAS

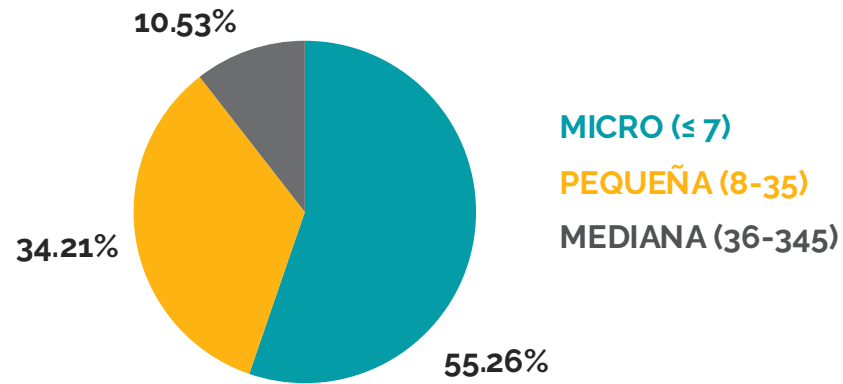


La mayoría de quienes respondieron se ubican geográficamente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Además, se observa también una concentración en Santa Fe, Tucumán, Córdoba y Mendoza.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS RECURSOS HUMANOS



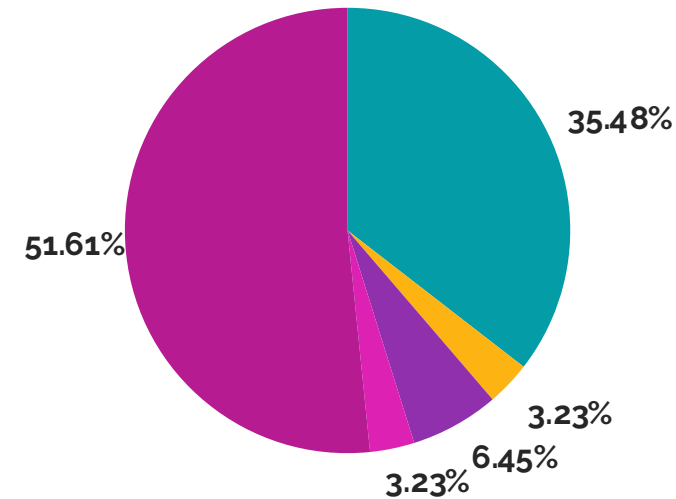
Según la ubicación geográfica de las respuestas y los recursos humanos reportados en cada caso (sin considerar la posible localización remota de empleados), la mayoría se concentra geográficamente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Además, seguida por las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba.



La mayoría son micro (menos de 7 empleados) o pequeñas (entre 8 y 35 empleados). Existen algunas medianas (entre 36 y 345 empleados).

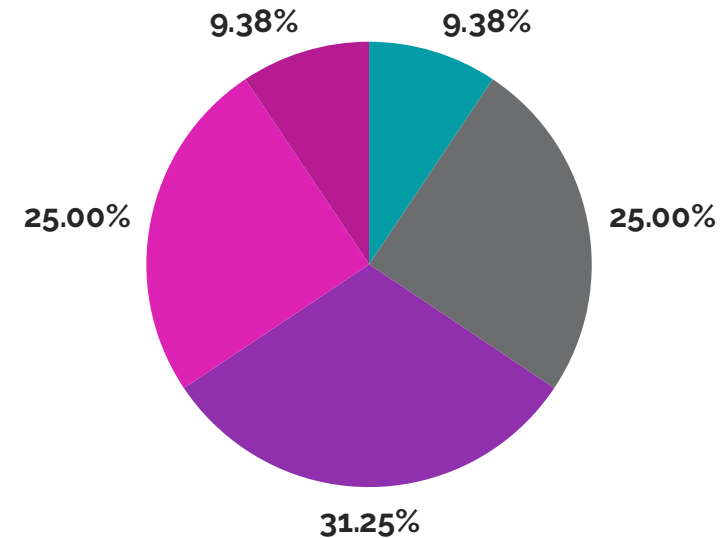
En relación con la forma jurídica, la mayoría de las micro no están registradas o son monotributistas. En cambio, en las pequeñas y medianas la mayoría son Sociedades de Responsabilidad Limitada o Sociedades de Acciones Simplificada.

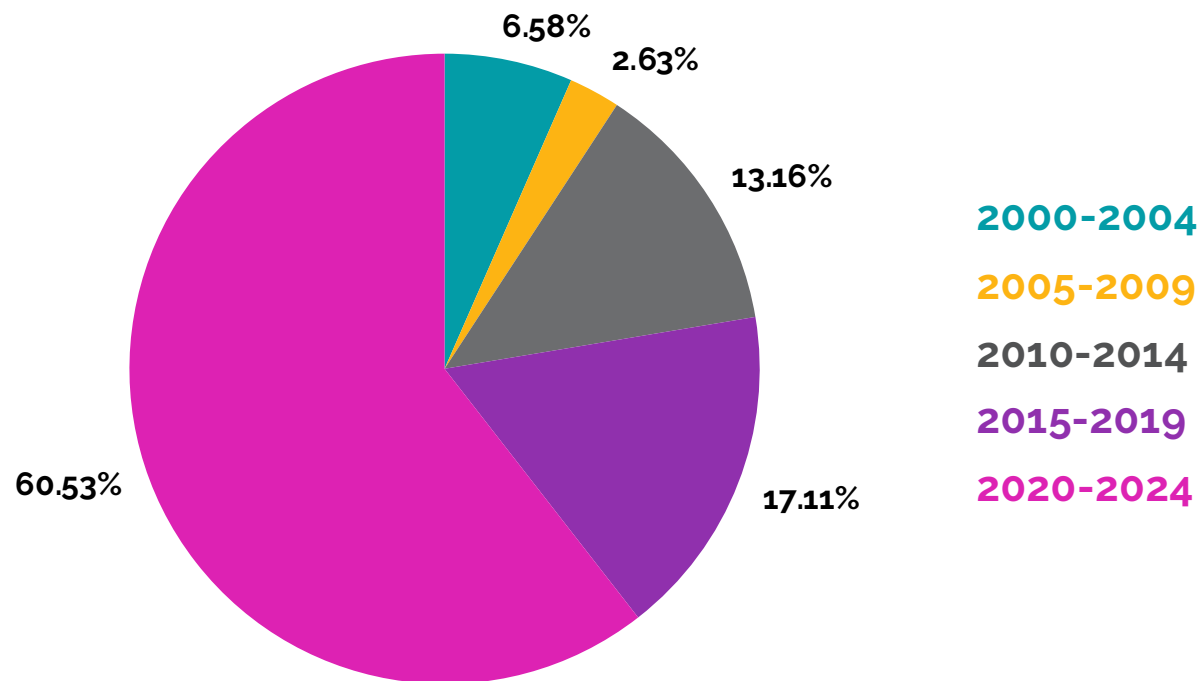
MICRO



MONOTRIBUTISTA
RESPONSABLE INSCRIPTO
SOCIEDAD ANÓNIMA (SA)
SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (SRL)
SOCIEDAD DE ACCIONES SIMPLIFICADA (SAS)
SIN REGISTRO

PEQUEÑAS Y MEDIANAS



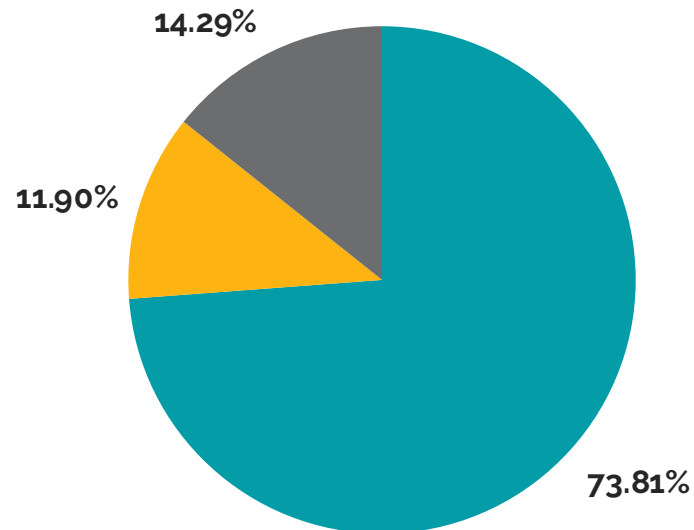


AÑO DE INICIO

Teniendo en cuenta el año de inicio y sin considerar el registro formal, los períodos en donde la mayoría de las empresas iniciaron sus actividades son el 2020-2024 y el 2015-2019. La mayoría tiene entre 0 y 12 años de antigüedad siendo el promedio de antigüedad de 5 años. Además, la mayoría tarda entre 0 y 4 años en registrarse formalmente siendo el promedio de 2 años.

La mayoría de las micro se dedican al desarrollo exclusivo de videojuegos. La mayoría de las pequeñas y medianas se dedican tanto al desarrollo de videojuegos como a brindar otros servicios relacionados (ej. localización, música y efectos de sonido, actores de voz, publishing, distribución, marketing, entre otros).

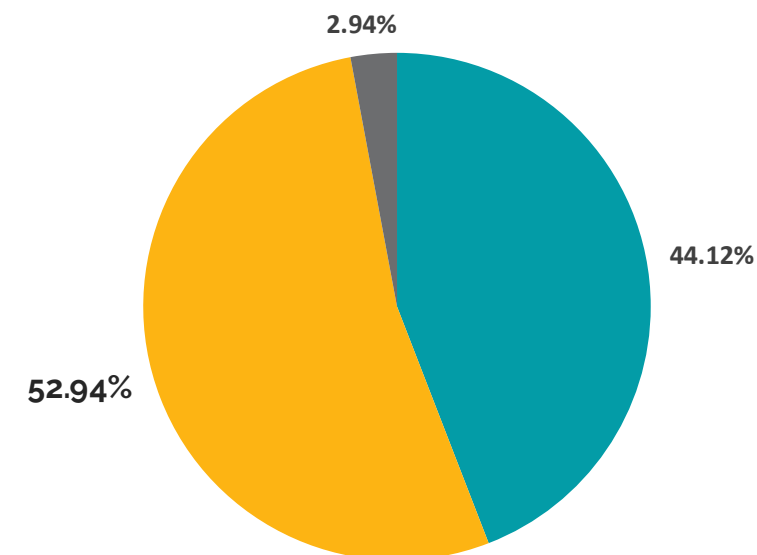
MICRO

PEQUEÑAS
Y MEDIANAS

DESARROLLO EXCLUSIVO DE
VIDEOJUEGOS PROPIOS

DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS Y
OTROS SERVICIOS RELACIONADOS

SERVICIOS DE SOPORTE AL
DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS



14 COMERCIALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS PROPIOS (B2C) | MERCADO DE DESTINO PRINCIPAL

INFORME 2025

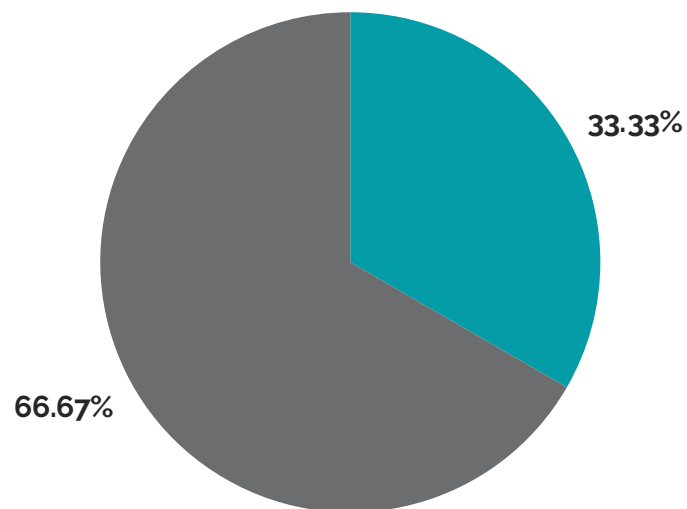
OBS/Vj
OBSERVATORIO
DE LA INDUSTRIA
DE VIDEOJUEGOS

UNRaf
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
RAFAELA

VIDEOJUEGOS
RECIBOS DE ARGENTINA

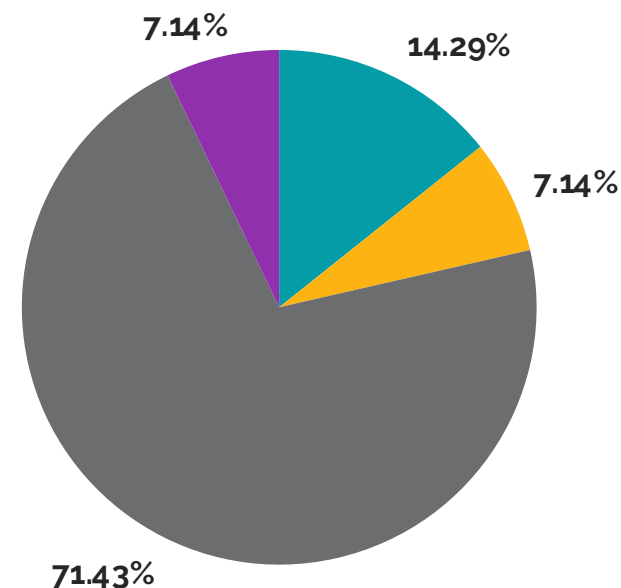
En el caso de las micro, los mercados de destino principales para la comercialización de videojuegos propios (B2C) son Argentina y EEUU y Canadá. Para las pequeñas y medianas, el mercado de destino principal es EEUU y Canadá.

MICRO



ARGENTINA
LATAM
EEUU Y CANADÁ
EUROPA

PEQUEÑAS
Y MEDIANAS



15 COMERCIALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS PROPIOS (B2C) | CANTIDAD DE MERCADOS DE DESTINO

INFORME 2025

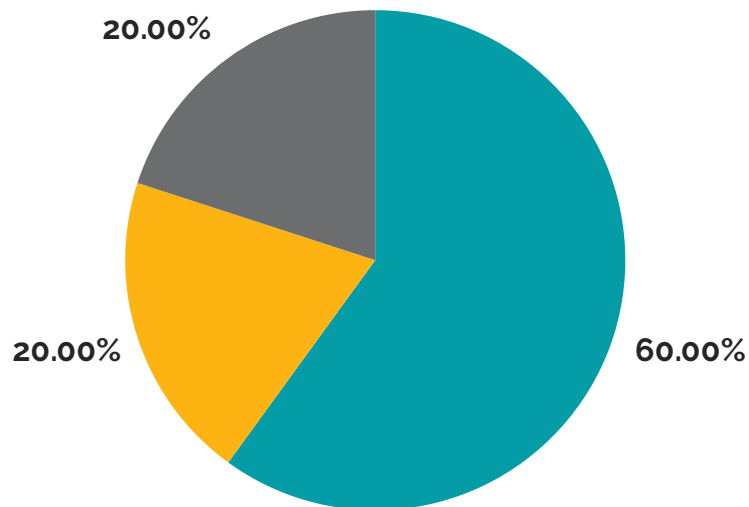
OBS/Vj
OBSERVATORIO
de la industria
de Videojuegos

UNRaf
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
RAFAELA

VIDEOJUEGOS
RECIBES EN ARGENTINA

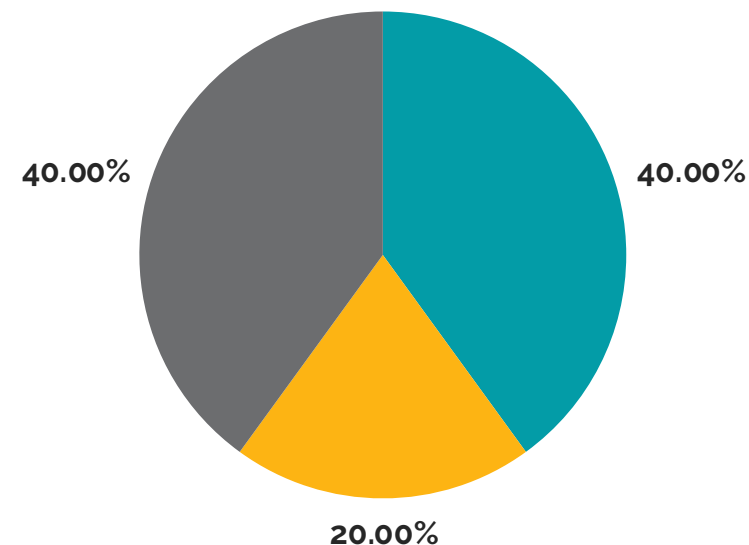
La mayoría de las micro se caracteriza por tener un destino de comercialización de videojuegos. Entre las pequeñas y medianas, en cambio, se observa una gran proporción que tiene un solo destino y, en igual proporción, muchas con tres o más destinos de comercialización.

MICRO



PEQUEÑAS
Y MEDIANAS

UN DESTINO
DOS DESTINOS
TRES DESTINOS O MÁS



16 COMERCIALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS PROPIOS (B2C) | PORCENTAJE DE VENTAS POR DESTINO

INFORME 2025

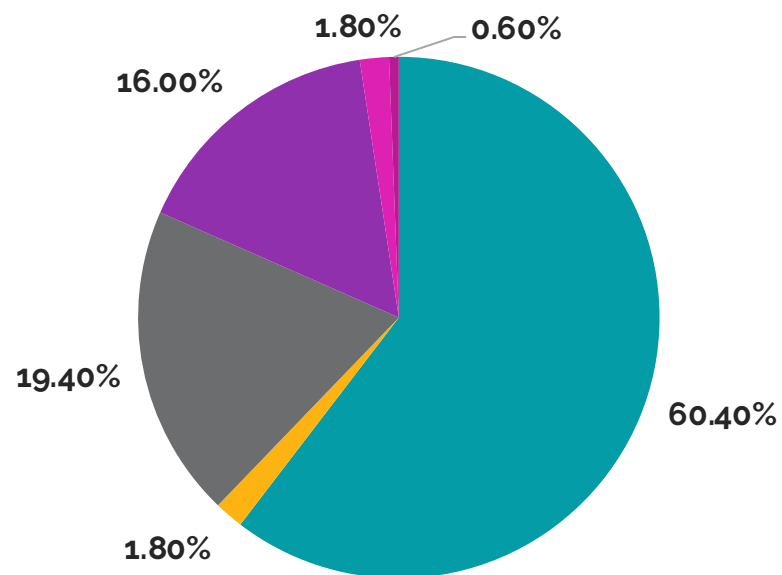
OBS/Vj
OBSERVATORIO
de la industria
de Videojuegos

UNRaf
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
RAFAELA

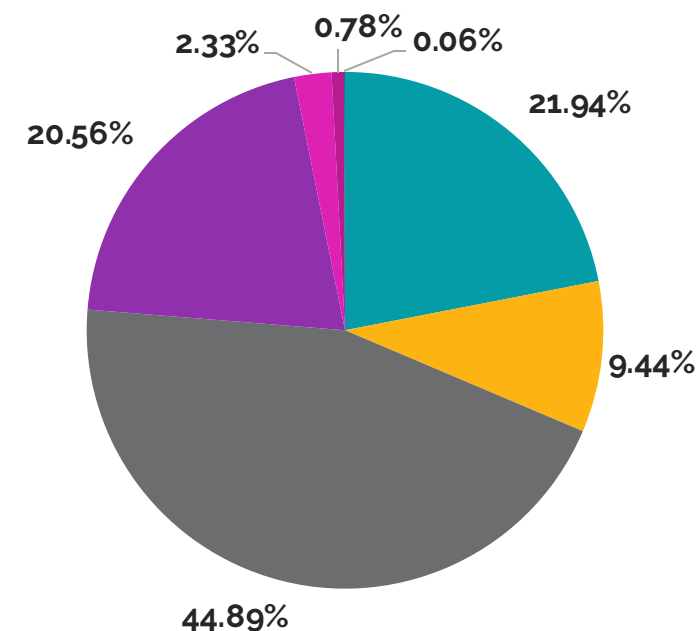
VIDEOJUEGOS
RECIBOS DE ARGENTINA

En el caso de las micro, el mayor porcentaje de ventas de videojuegos se destina a Argentina. En el caso de las pequeñas y medianas el mayor porcentaje de ventas se destina a EEUU y Canadá.

MICRO



PEQUEÑAS
Y MEDIANAS

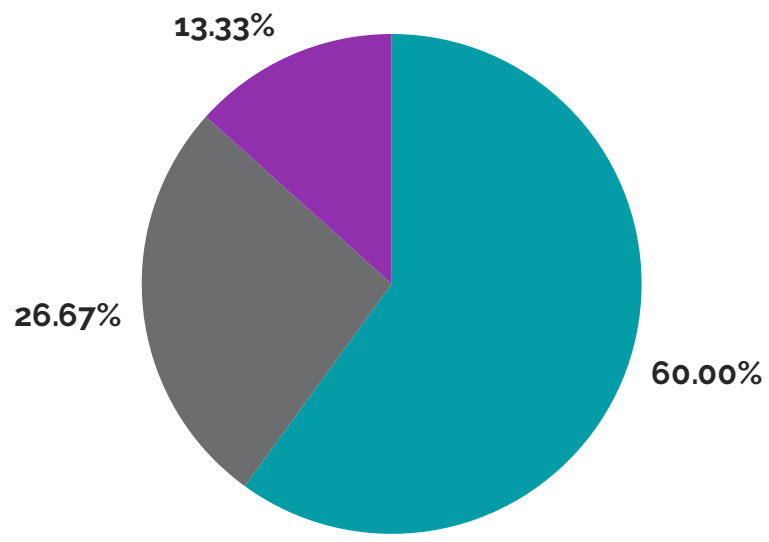


COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS (B2B)

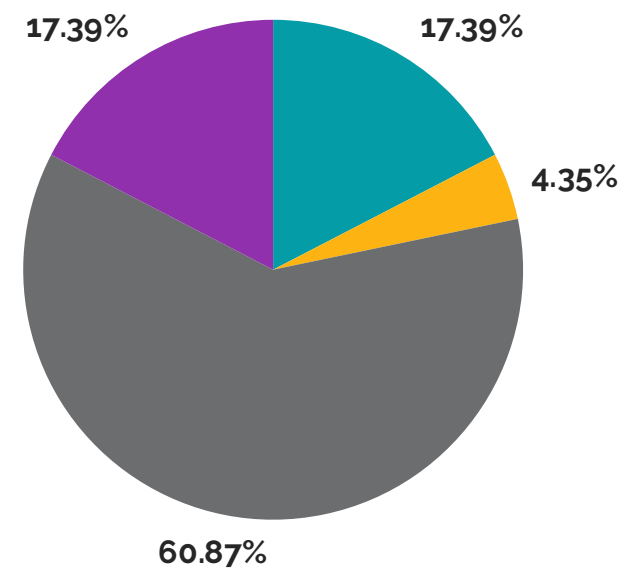
| MERCADO DE DESTINO PRINCIPAL

Para las micro, el mercado de destino principal para la comercialización de servicios (B2B) es Argentina. Para las pequeñas y medianas, el mercado principal es EEUU y Canadá.

MICRO PEQUEÑAS Y MEDIANAS



ARGENTINA
LATAM
EEUU Y CANADÁ
EUROPA

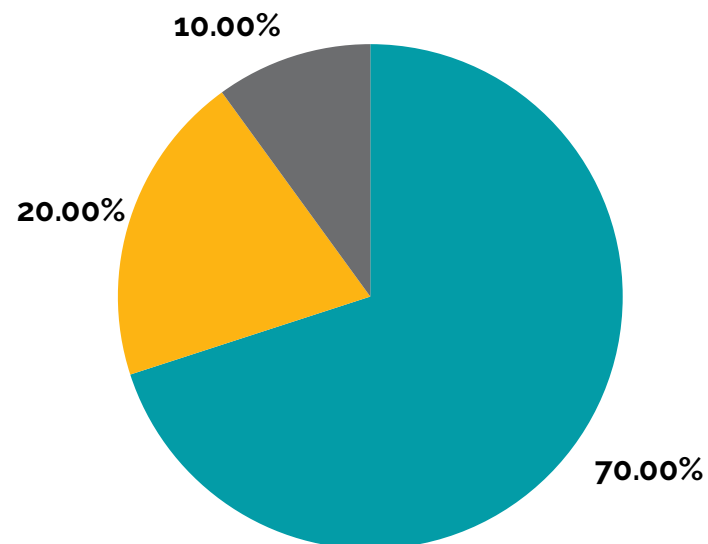
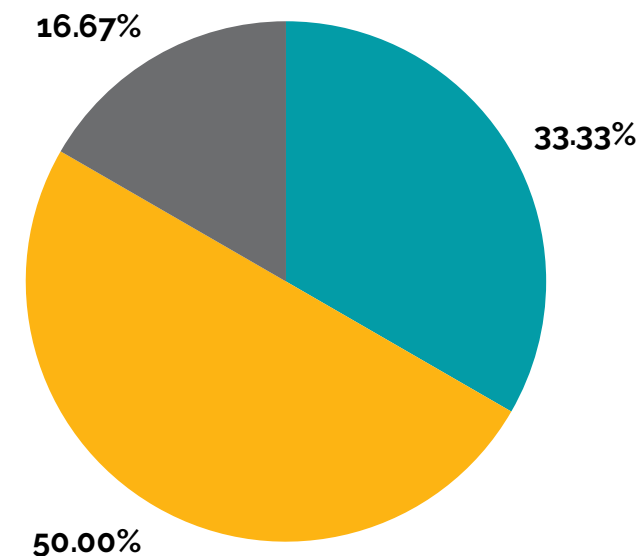


COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS (B2B)

| CANTIDAD DE MERCADOS DE DESTINO

En el caso de las micro, la mayoría tiene un destino de comercialización de servicios. En cuanto a las pequeñas y medianas, la mayoría tiene dos destinos.

MICRO

PEQUEÑAS
Y MEDIANAS

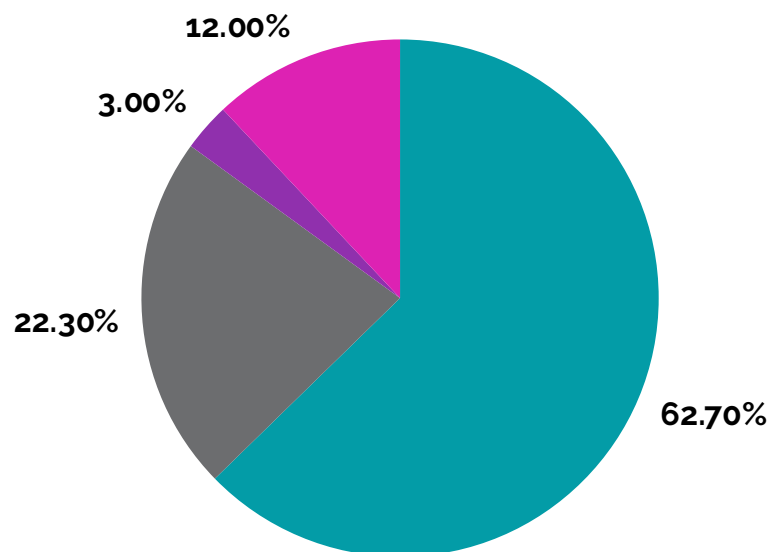
UN DESTINO
DOS DESTINOS
TRES DESTINOS O MÁS

COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS (B2B)

| PORCENTAJE DE VENTAS POR DESTINO

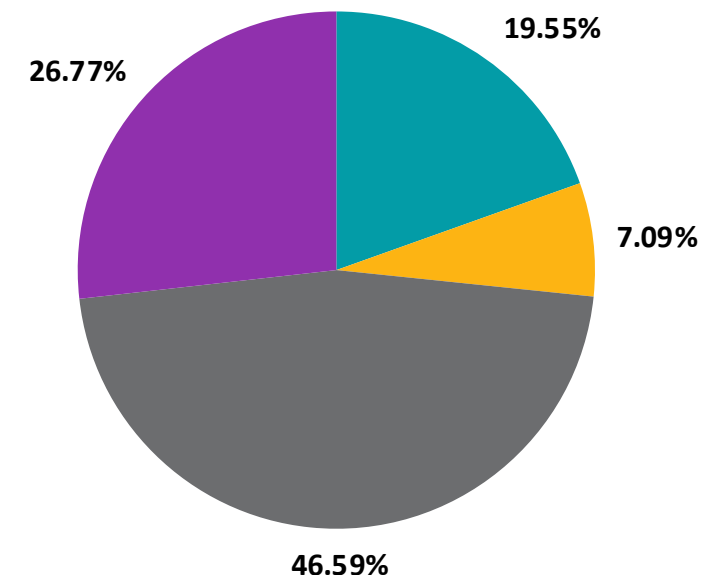
En el caso de las micro, el mayor porcentaje de ventas de servicios se destina a Argentina. En el caso de las pequeñas y medianas el mayor porcentaje de ventas se destina a EEUU y Canadá.

MICRO



PEQUEÑAS Y MEDIANAS

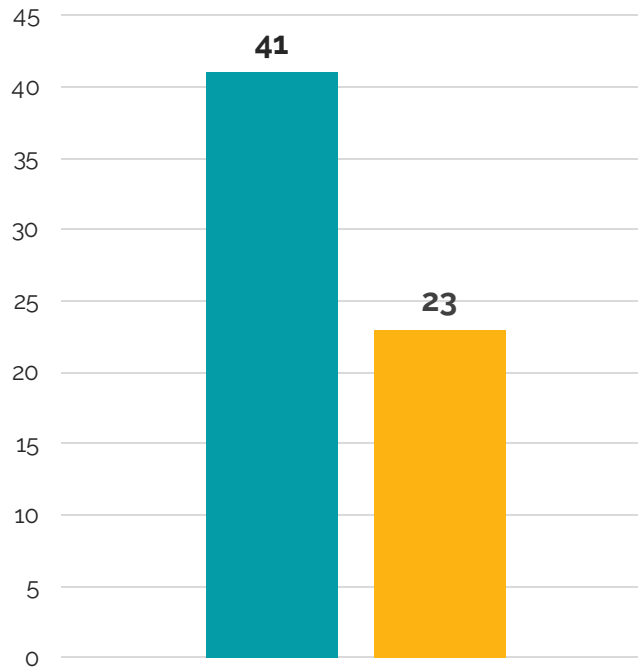
ARGENTINA
LATAM
EEUU Y CANADÁ
EUROPA
ASIA



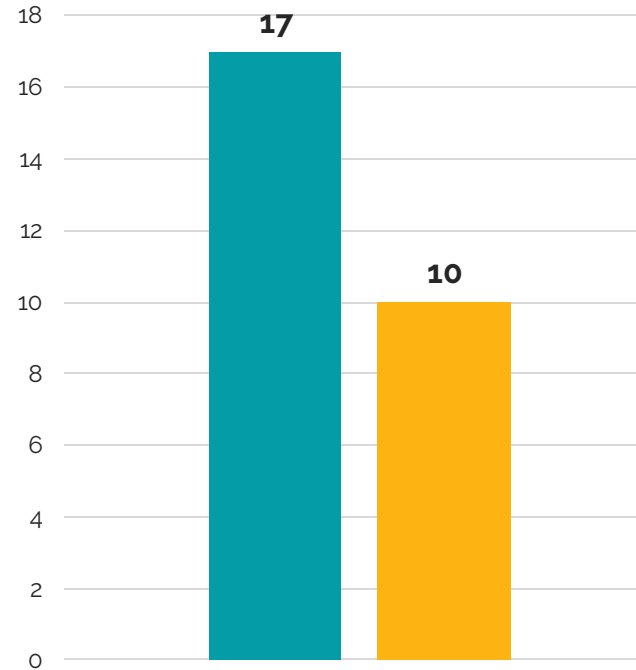
2 | DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS



DESARROLLO INICIADO



PUBLICADOS



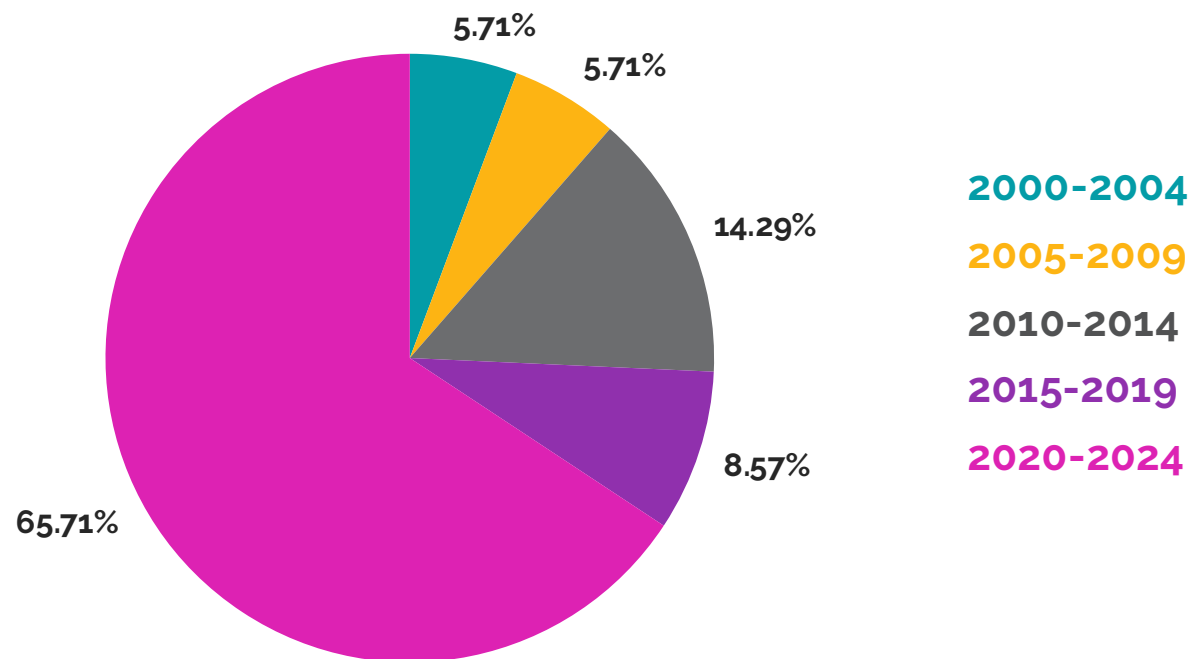
PEQUEÑOS (HASTA 6 MESES DE DESARROLLO)

GRANDES (6 MESES DE DESARROLLO O MÁS)

Durante el 2024 se reportó el inicio del desarrollo de 41 videojuegos pequeños (hasta seis meses de desarrollo) y 23 grandes (seis meses de desarrollo o más). Además, se informó sobre la publicación de 17 videojuegos pequeños y 10 grandes.

AÑO DE LANZAMIENTO

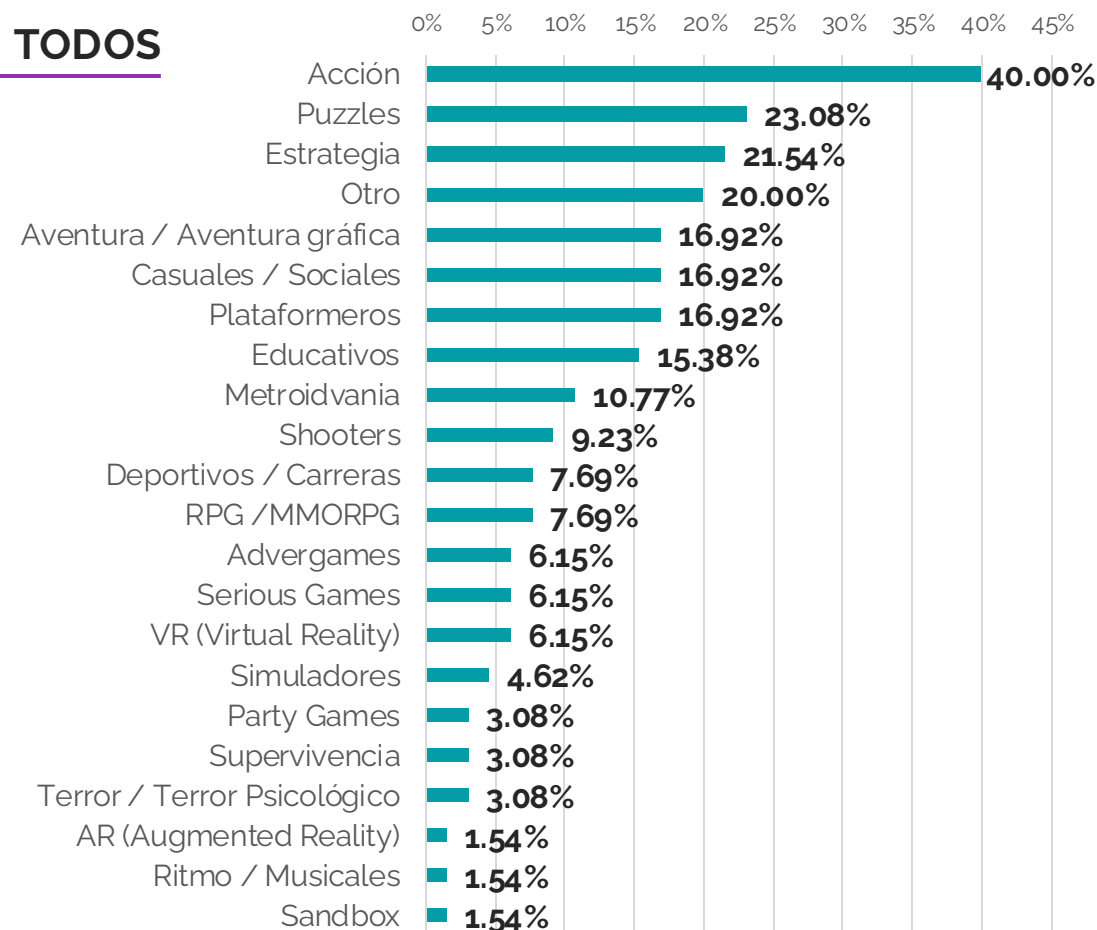
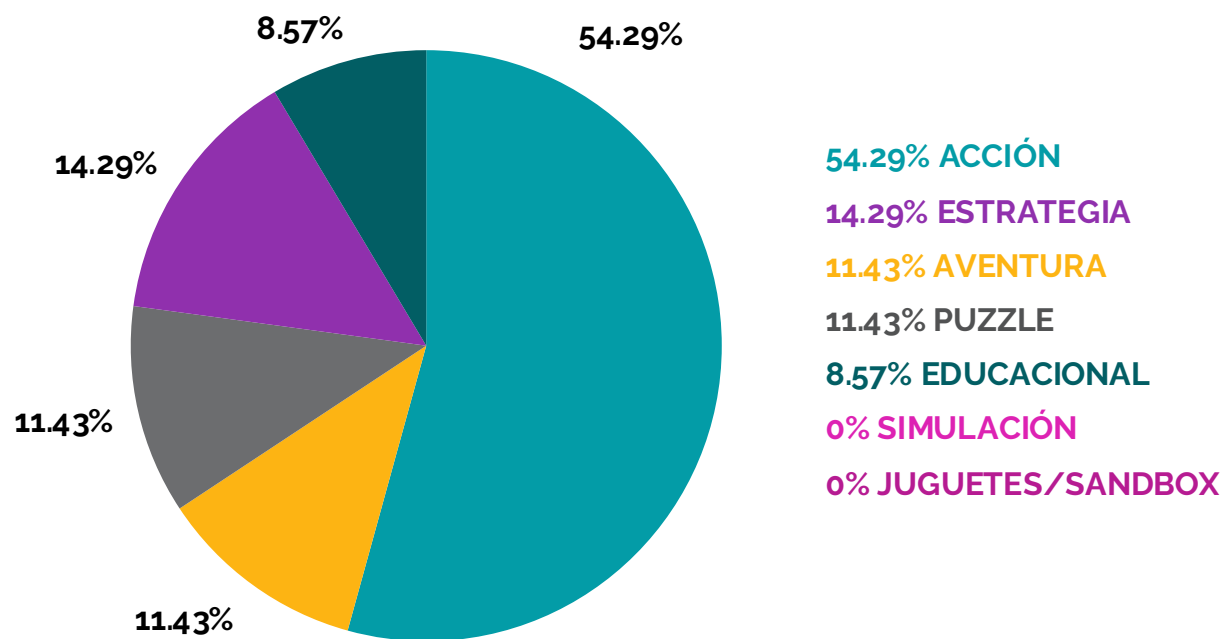
La mayoría lanzó su primer videojuego en el período 2020-2024. El 47.4% contaba con experiencia previa en generación de otro emprendimiento/empresa en temática de videojuegos. La mayoría de los emprendimientos tarda entre 0 y 6 años en lanzar su primer videojuego, siendo 2 años el promedio de tiempo hasta el primer lanzamiento.



En cuanto a los géneros puros de videojuegos (Rodríguez Ortega, 2025), se observa que el más desarrollado es el de acción, seguido por estrategia, aventura y puzzle. Al solicitar que se informen todos los tipos de videojuegos que se desarrollan, y utilizándose una categoría más amplia, se repite la misma tendencia, aunque se refleja una gran variedad en el desarrollo.

PRINCIPAL

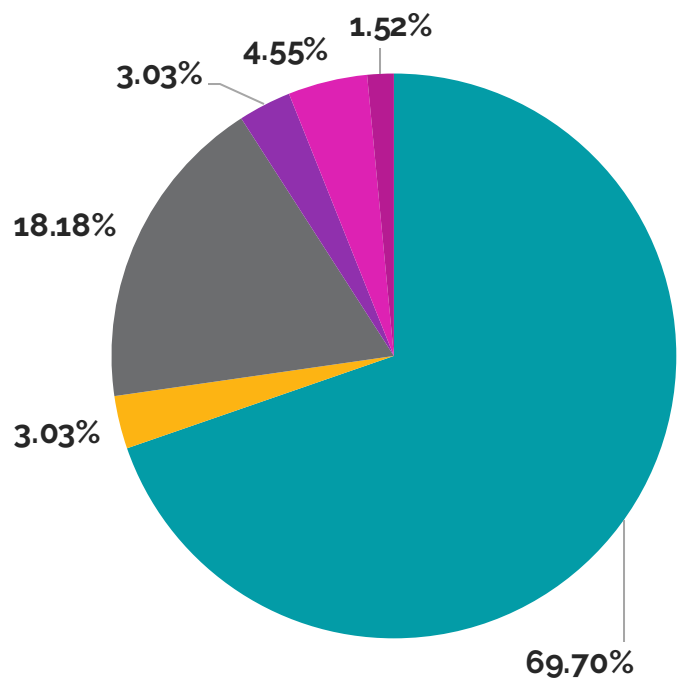
TODOS



PLATAFORMAS PARA LAS QUE SE DESARROLLAN VIDEOJUEGOS

La plataforma que se reportó como la principal para la cual desarrolló videojuegos en 2024 es PC/Mac/Linux, seguido por Mobile. Del análisis de todos los tipos de plataformas para las cuales se desarrollan videojuegos se puede observar que casi la totalidad desarrollan para PC/Mac/Linux, y más de un tercio para Mobile.

PRINCIPAL



69.70% PC / MAC / LINUX

18.18% MOBILE

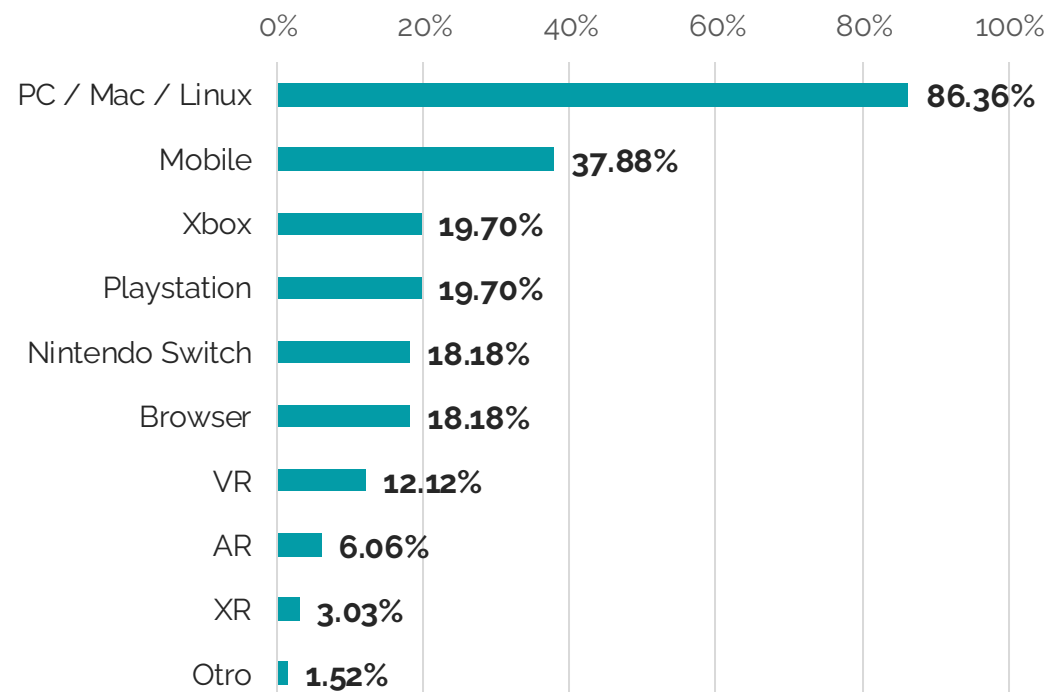
4.55% BROWSER

3.03% PLAYSTATION

3.03% VR

1.52% OTRA

TODOS

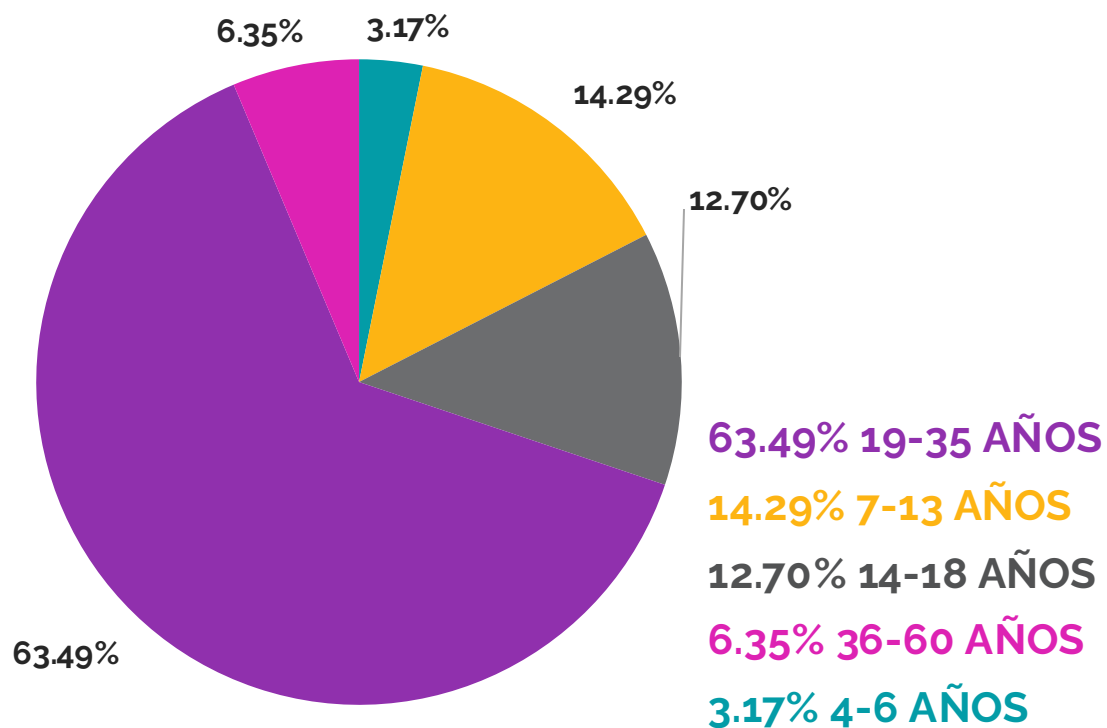


Opciones con 0%: Arcade

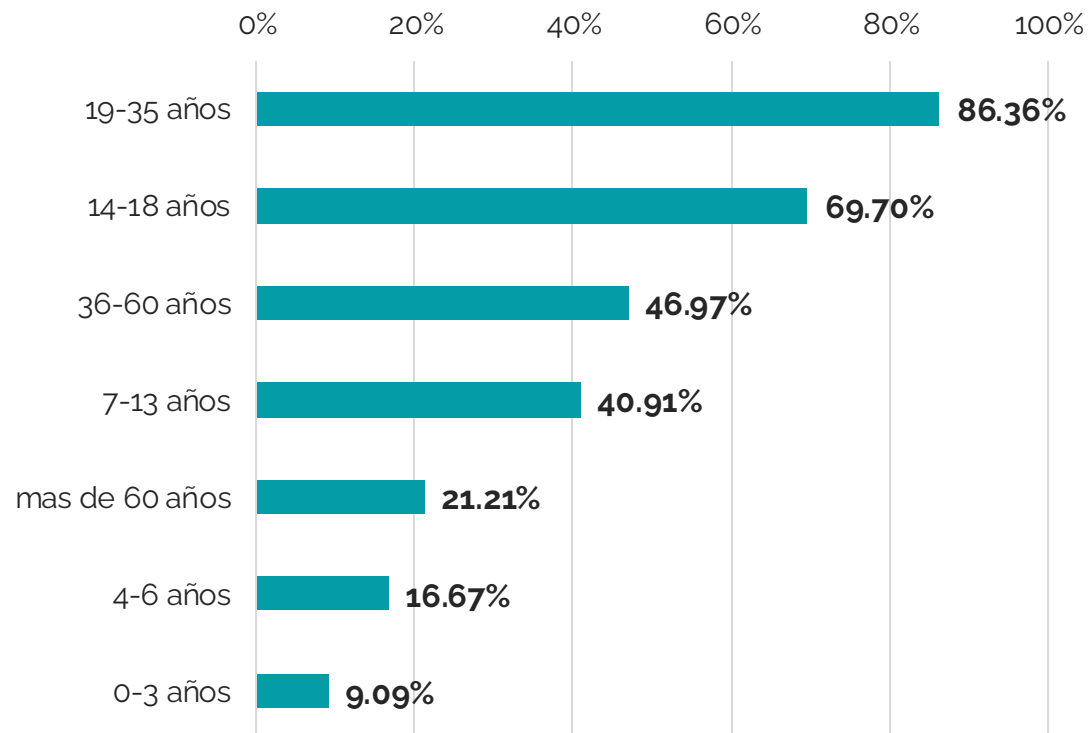
POBLACIÓN OBJETIVO SEGÚN GRUPO ETARIO

El grupo etario para el que principalmente se desarrolló videojuegos es el de 19 a 35 años. Del análisis de todos los segmentos se puede observar que casi la totalidad de los emprendimientos desarrolla para el rango de entre 19 y 35 años, casi el 70% para el de entre 14 y 18 años y casi de la mitad para el rango entre 36 y 60 años.

PRINCIPAL



TODOS

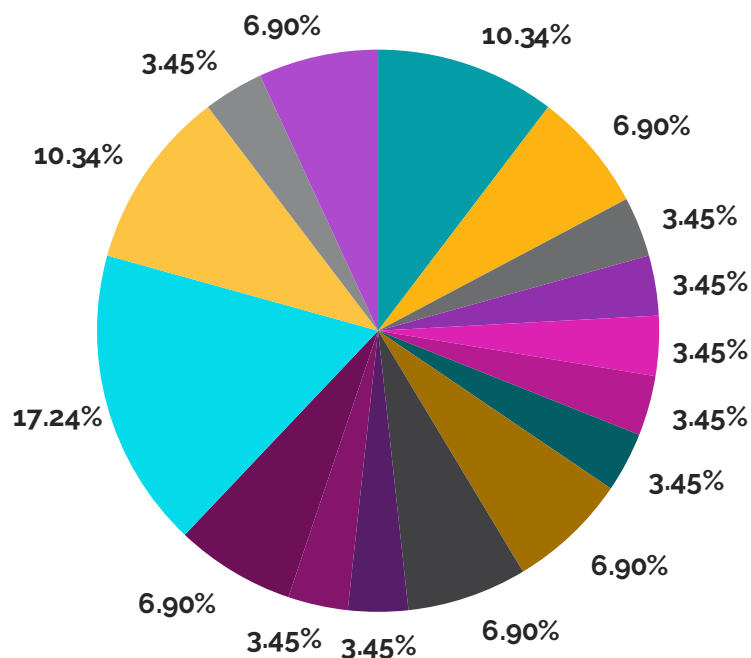


3

SERVICIOS DE SOPORTE AL DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS

SERVICIOS DE SOPORTE AL DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS

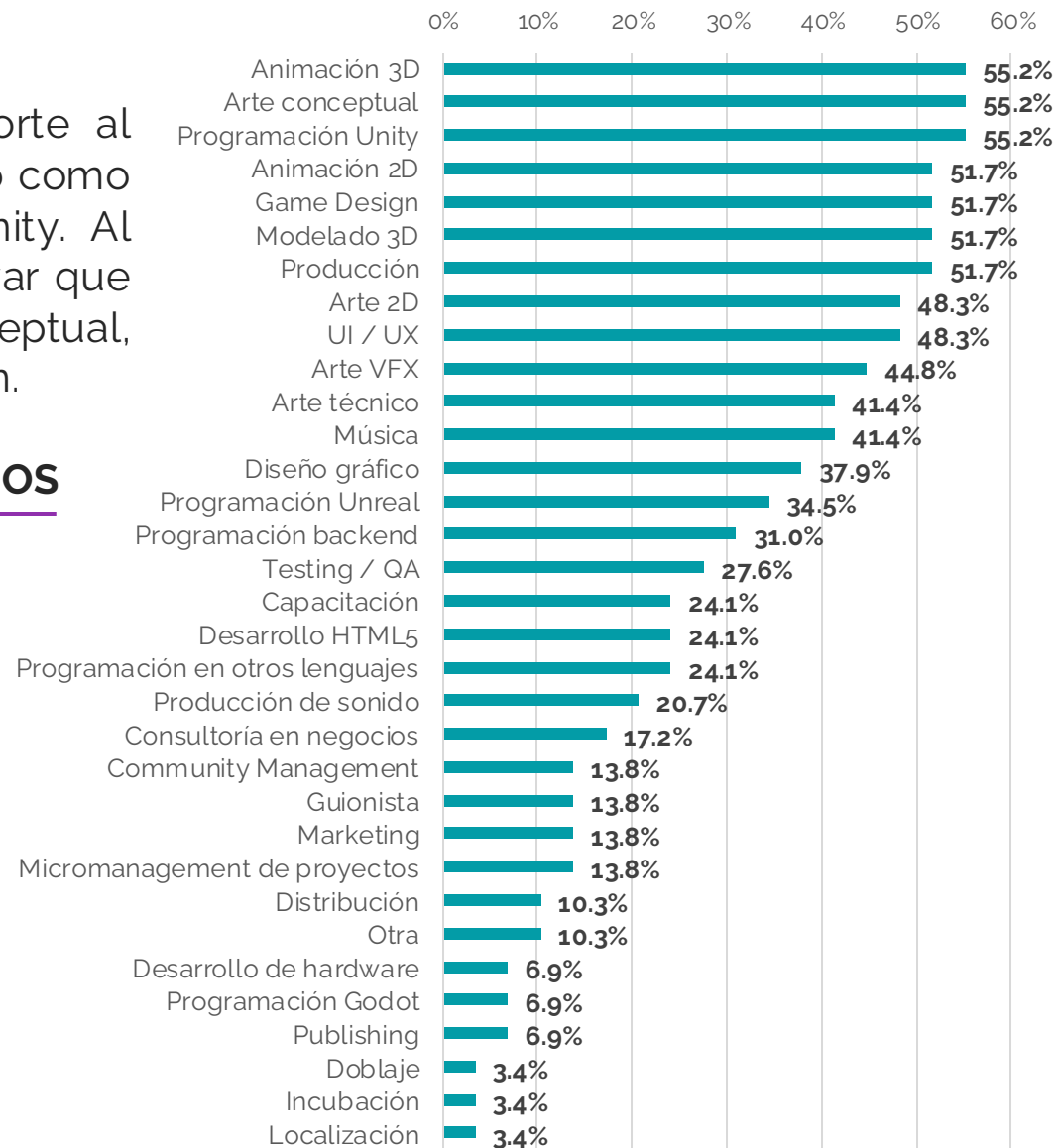
En general, se observa que la oferta de servicios de soporte al desarrollo de videojuegos es amplia. El servicio que se reportó como que se brinda principalmente es el de programación en Unity. Al preguntarse por todos los servicios de soporte se pudo observar que más de la mitad ofrece servicios de animación 3D, arte conceptual, programación en Unity, animación 2D, *game design* y producción.

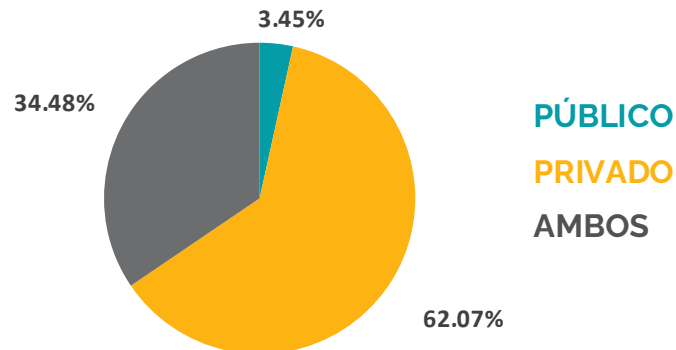


PRINCIPAL

TODOS

17.24% PROGRAMACIÓN UNITY
10.34% PROGRAMACIÓN UNREAL
10.34% ANIMACIÓN 3D
6.90% ARTE 2D
6.90% MODELADO 3D
6.90% MÚSICA
6.90% PROGRAMACIÓN EN OTROS LENGUAJES
6.90% OTRA
3.45% CAPACITACIÓN
3.45% CONSULTORÍA EN NEGOCIOS
3.45% DESARROLLO HTML5
3.45% GAME DESIGN
3.45% LOCALIZACIÓN
3.45% PRODUCCIÓN
3.45% PRODUCCIÓN DE SONIDO
3.45% PUBLISHING

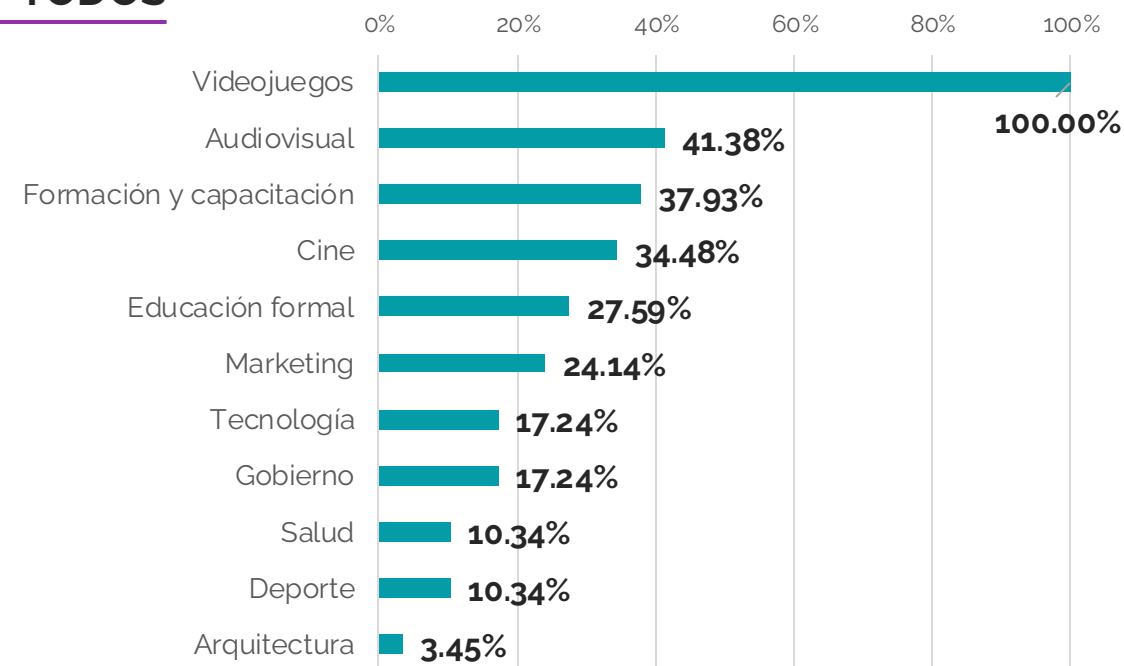
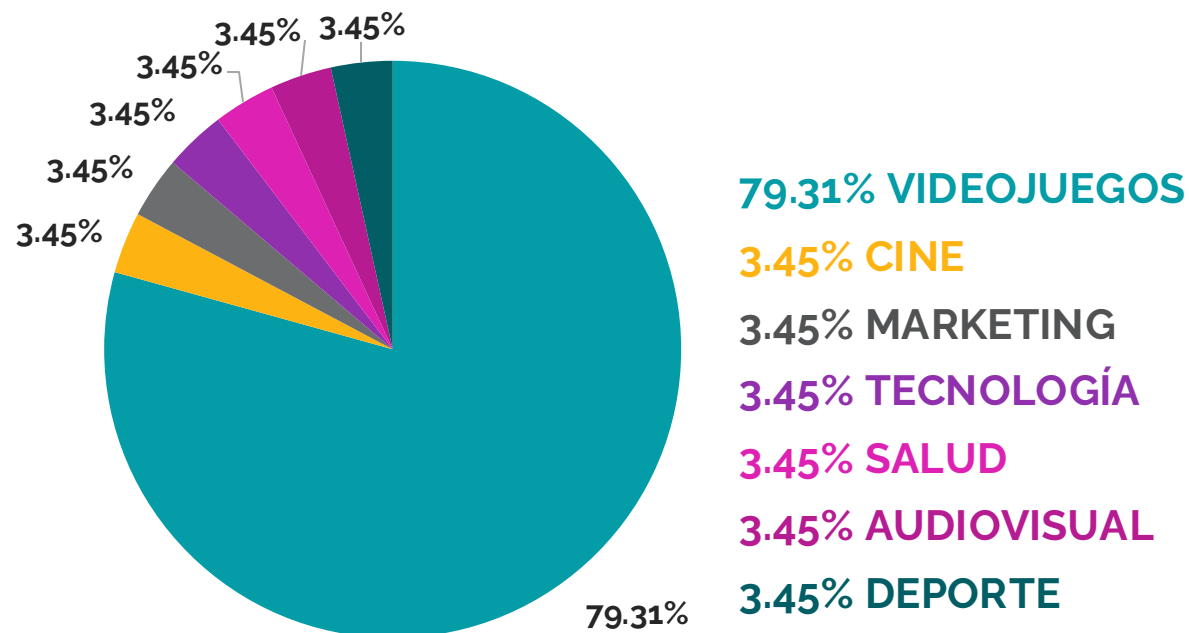




En relación a los ámbitos, industrias y sectores para los que se brindan servicios, se puede observar que la mayoría ofrece servicios para el ámbito privado y para la misma industria de videojuegos.

PRINCIPAL

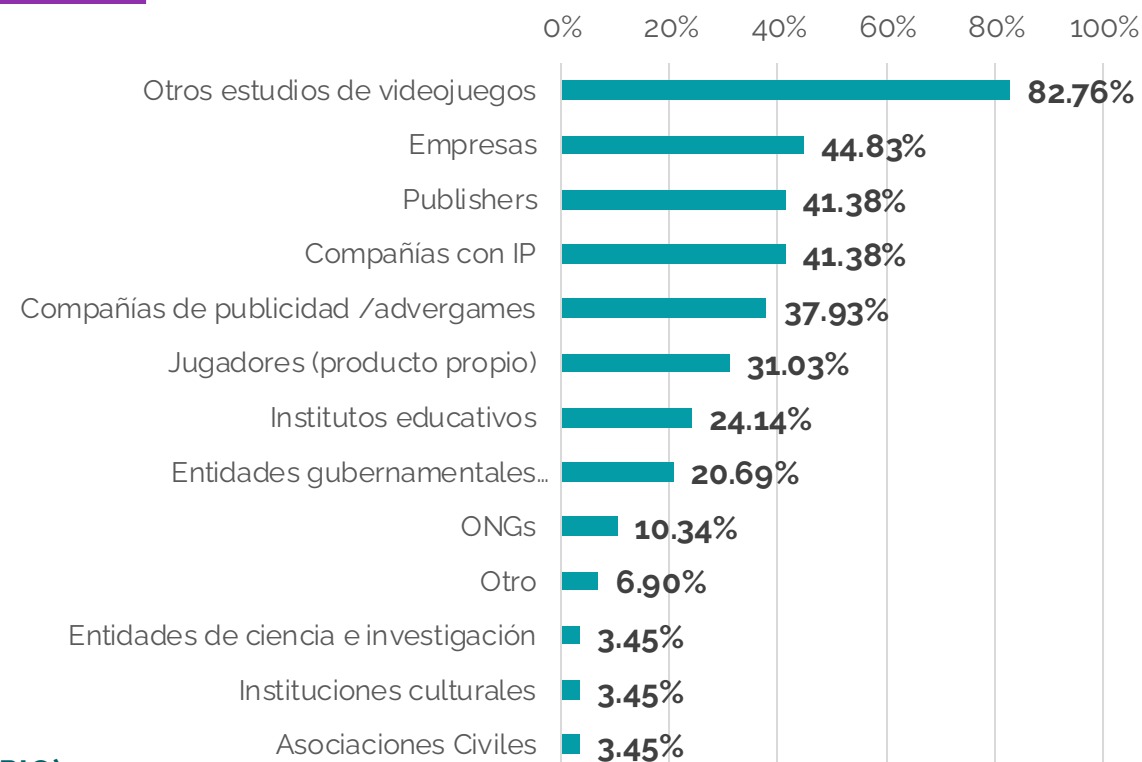
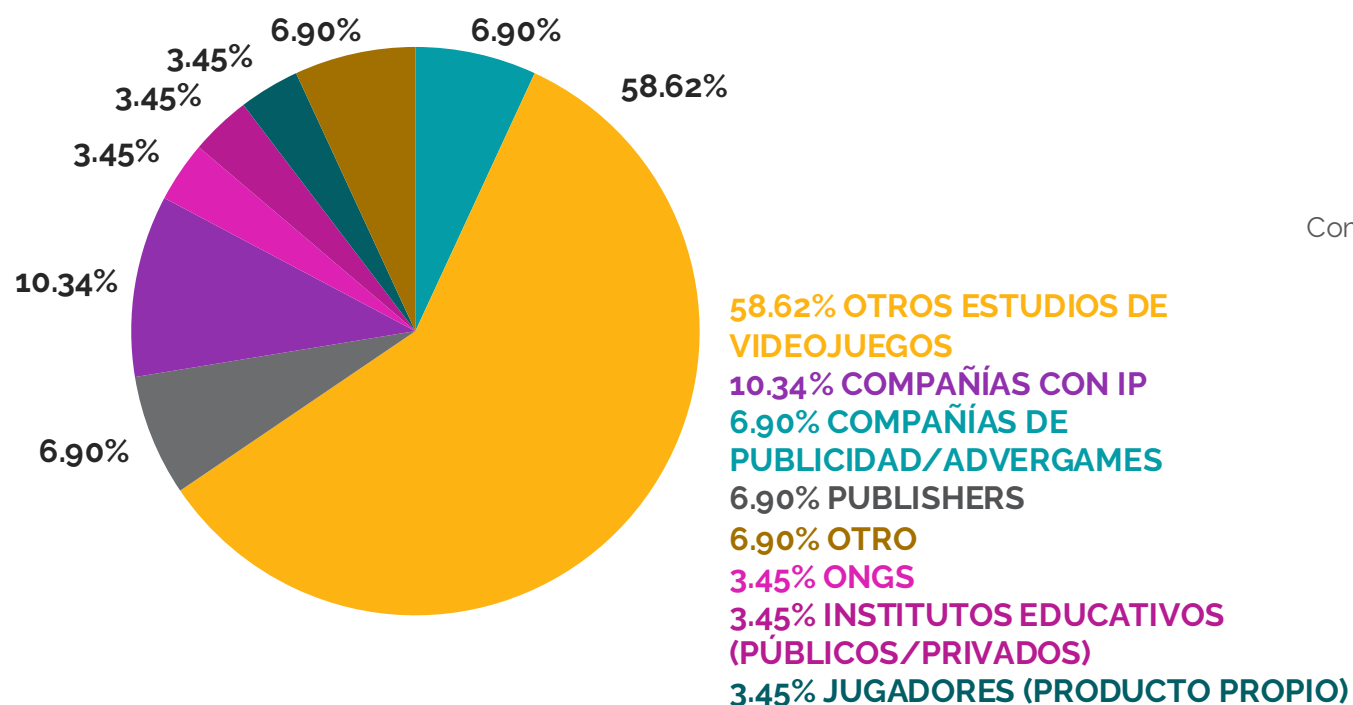
TODOS



En lo referido a la tipología de cliente, se observa que el principal son otros estudios de videojuegos. También se brinda soporte a empresas, *publishers*, compañías con IP, y compañías de publicidad /advergames, entre otros.

PRINCIPAL

TODOS



Opciones con 0%: Centros de Salud

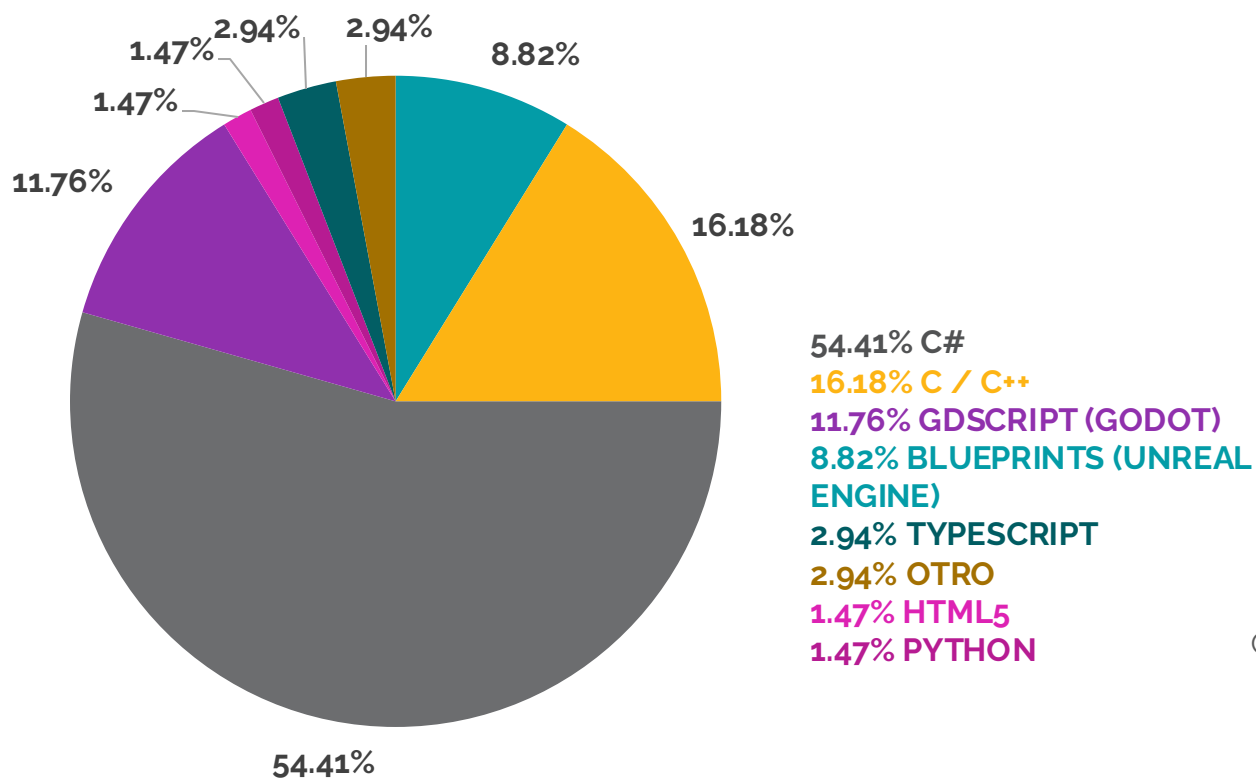


4

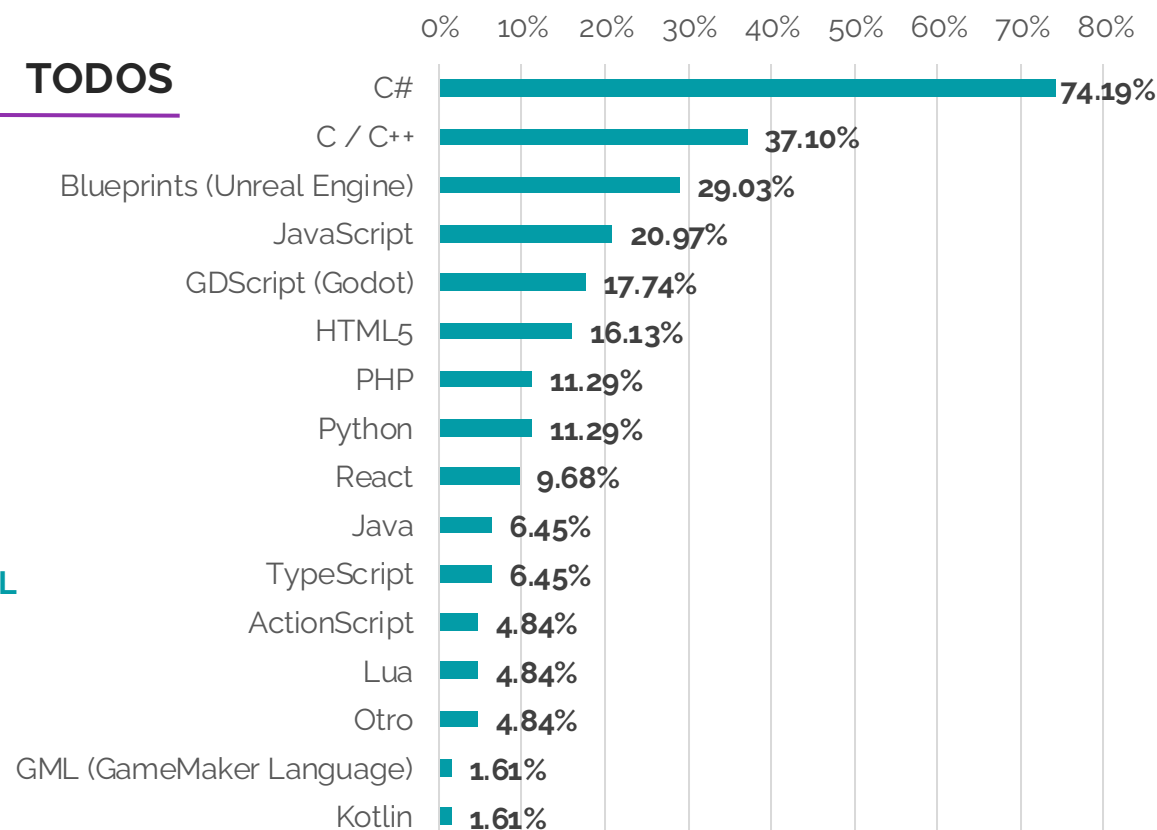
HERRAMIENTAS

El lenguaje de programación que principalmente se utiliza es C#. Además, al indagarse por el uso de todos los lenguajes de programación se puede observar que también se utilizan C/C++ y Blueprints (Unreal Engine).

PRINCIPAL



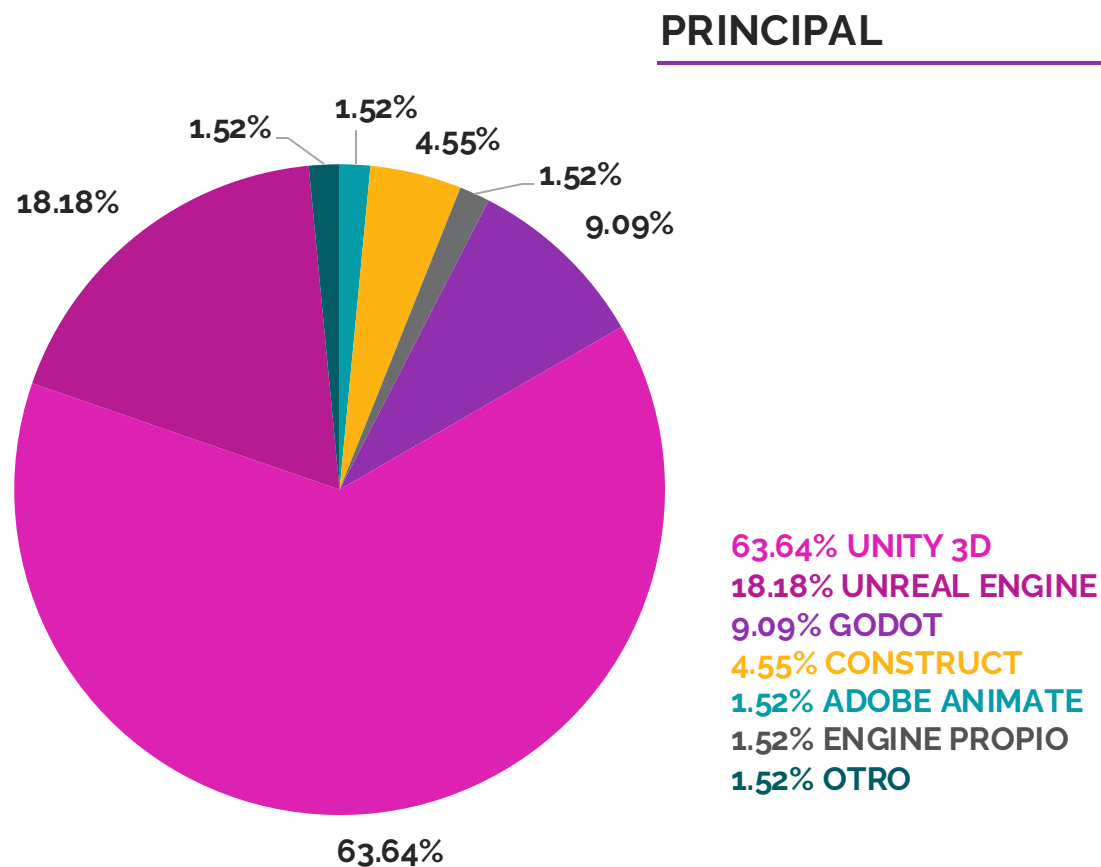
TODOS



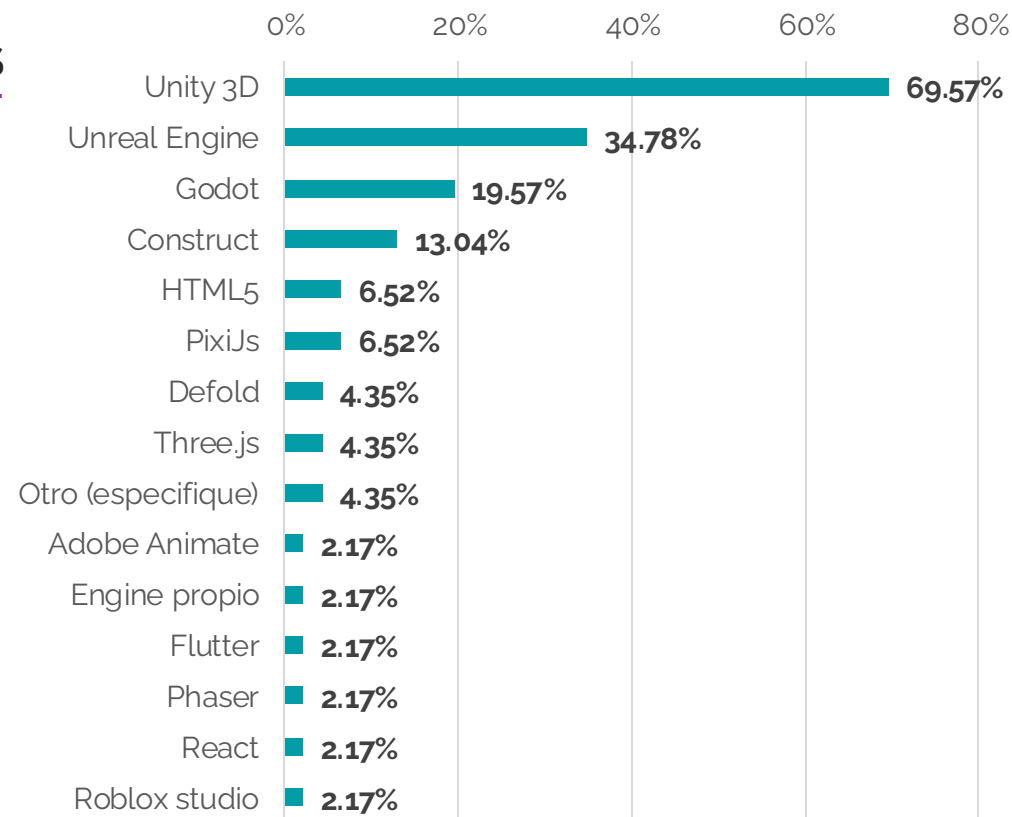
Opciones con 0%: Go, Markdown y Swift



El framework/engine que se utiliza principalmente es Unity 3D. Al indagarse por el uso de todos los framework/engine se puede observar que también se utiliza Unreal Engine y Godot. Asimismo, el 9.2% reportó considerar cambiar de tecnología en los próximos seis meses. De ellos, el 42.9% dijo que cambiaría a Unreal Engine y el 42.9% a Godot. El resto no sabía a cuál cambiaría o elegiría otros frameworks/engines.



TODOS

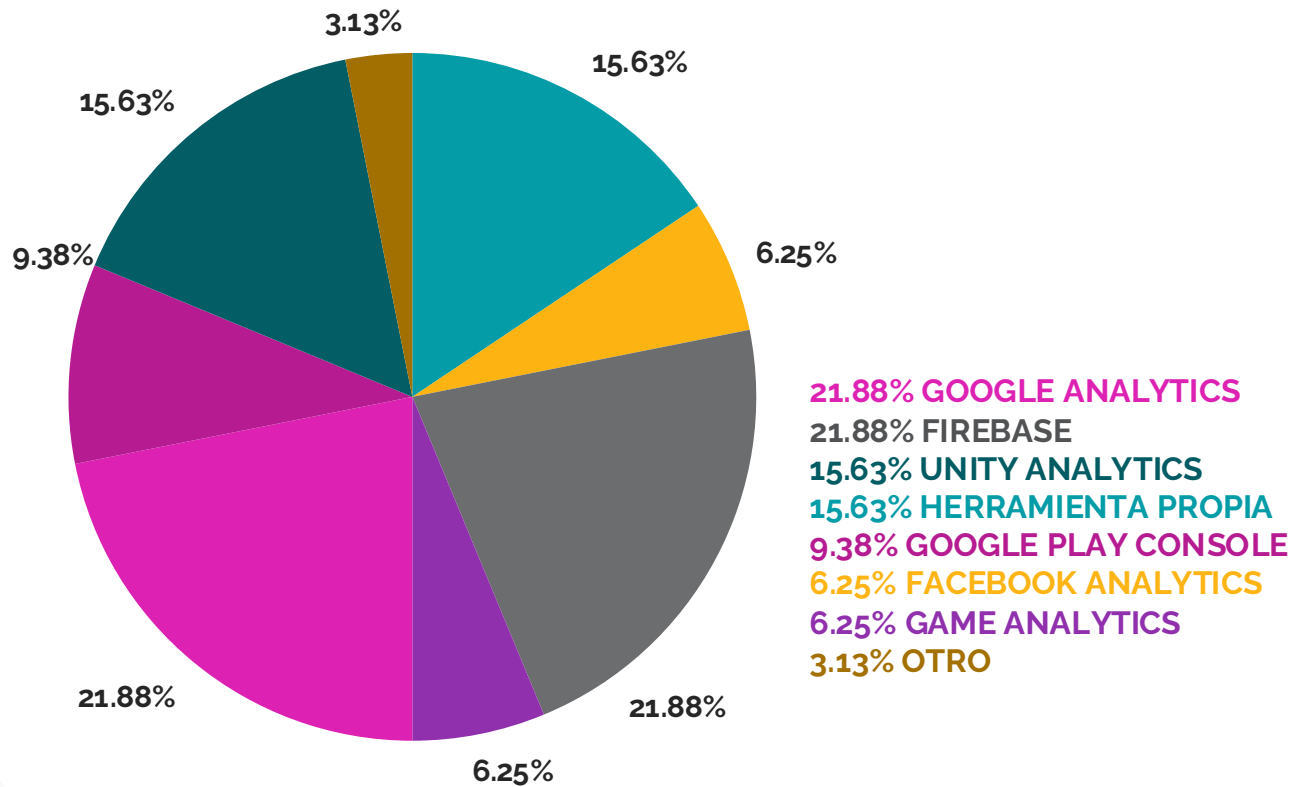


Opciones con 0%: A-Frame, Babylon.js, Cocos, Fixel / Haxe u otros derivados del Flash, Frostbite, GameMaker, GDevelop, House Effect, MonoGame, Pico8, Spark AR, UEFN y Yarn Spinner.

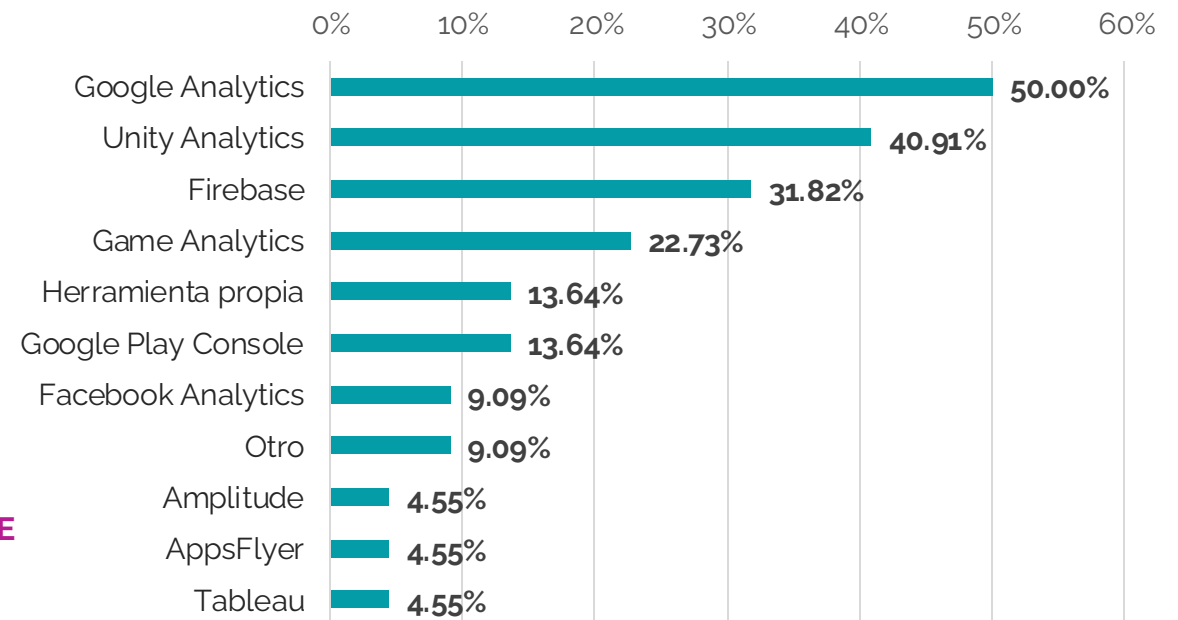


Los motores de análisis que se consideran el de principal uso son Google Analytics y Firebase. Al solicitarse se reporten todos los motores de análisis que se utilizan, se pudo observar que también se utilizan Unity Analytics y Game Analytics.

PRINCIPAL



TODOS



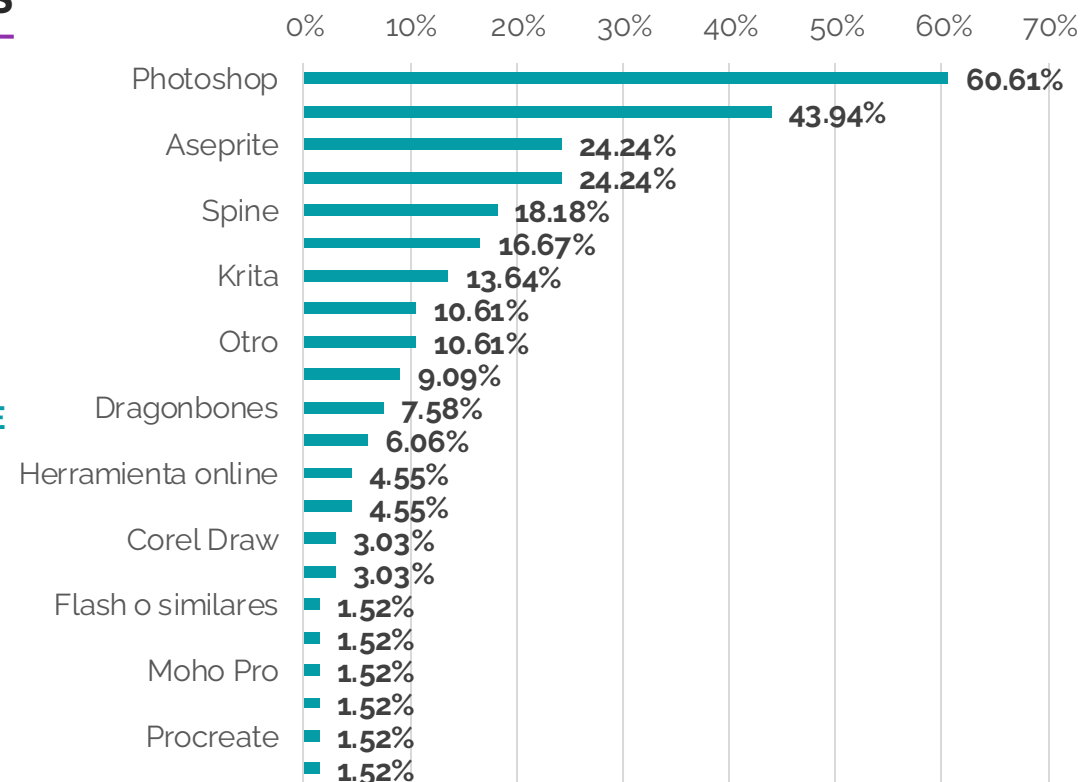
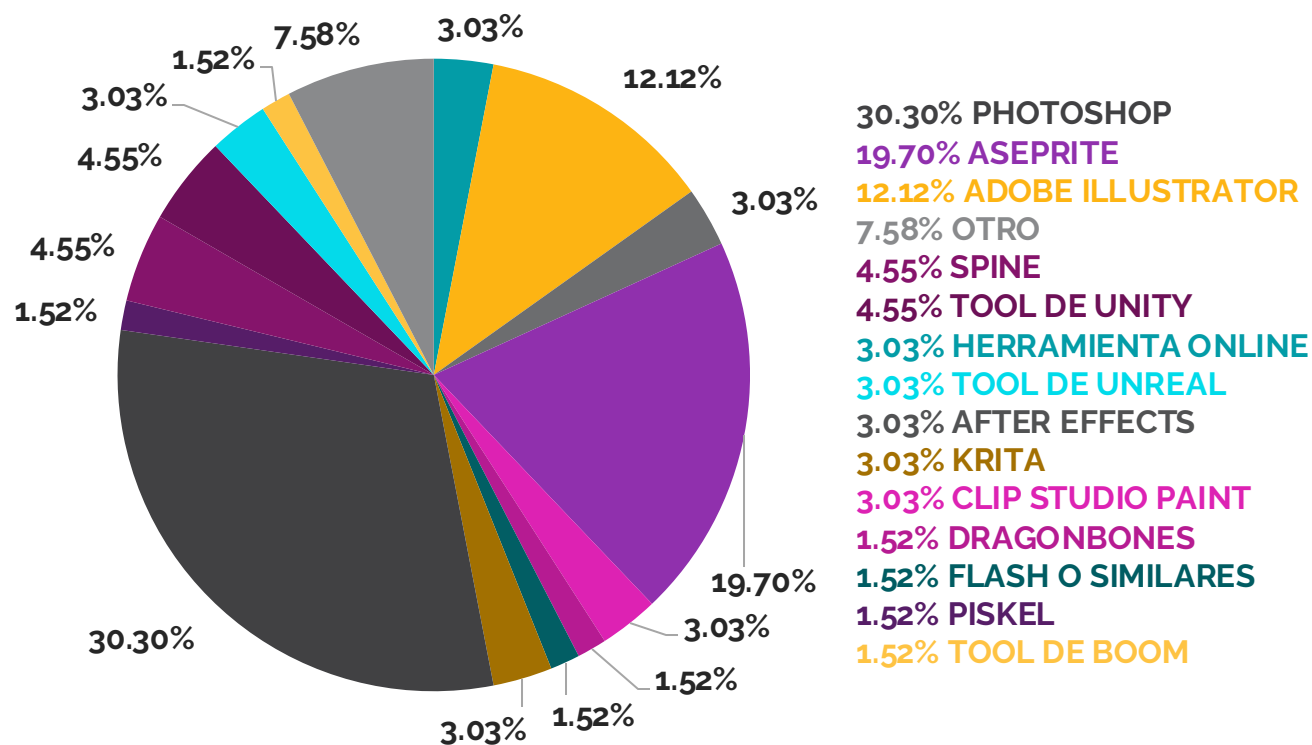
Opciones con 0%: Apsalar, DeltaDNA, Dlive, Fabric, Flurry, iTunes Console, Mixpanel y Sistema custom

PROGRAMAS PARA DESARROLLAR ARTE Y ANIMACIÓN 2D

El programa principal para desarrollar arte y animación 2D es Photoshop. Además, al indagarse por el uso de todos los programas se puede observar que también se utilizan Adobe Illustrator, Aseprite y la Tool de Unity.

PRINCIPAL

TODOS



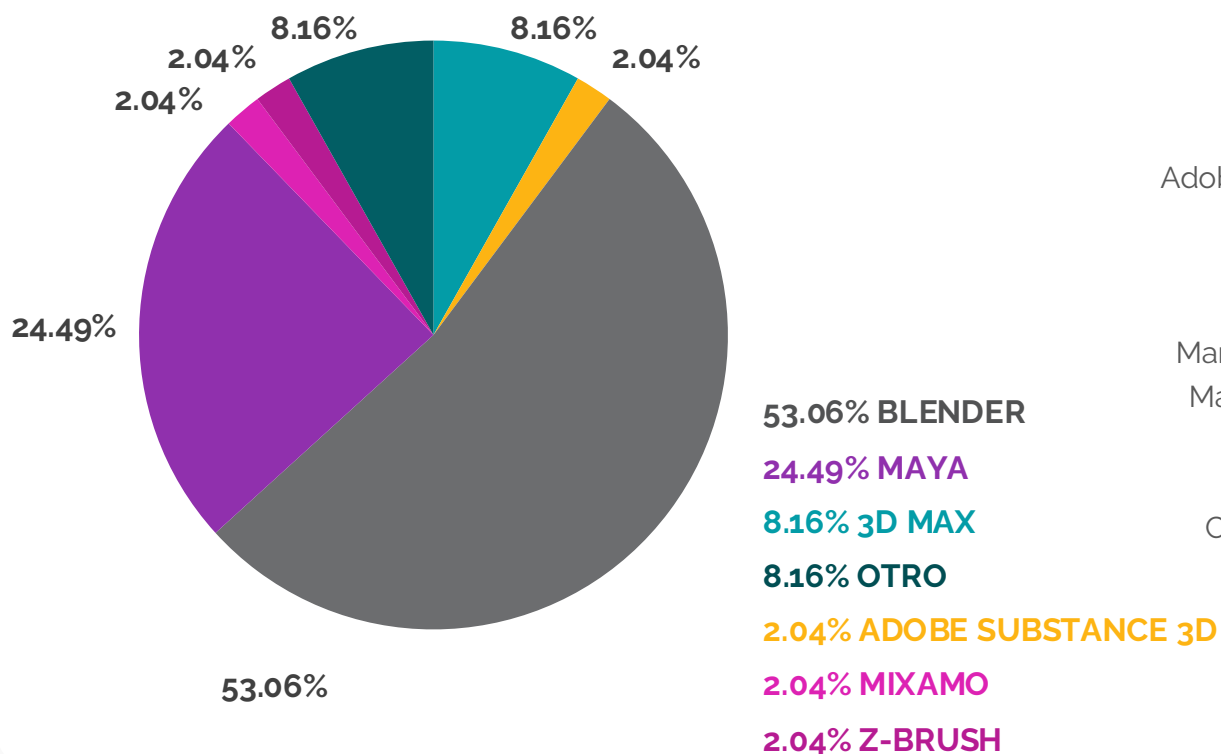
Opciones con 0%: Live2D y Lottie



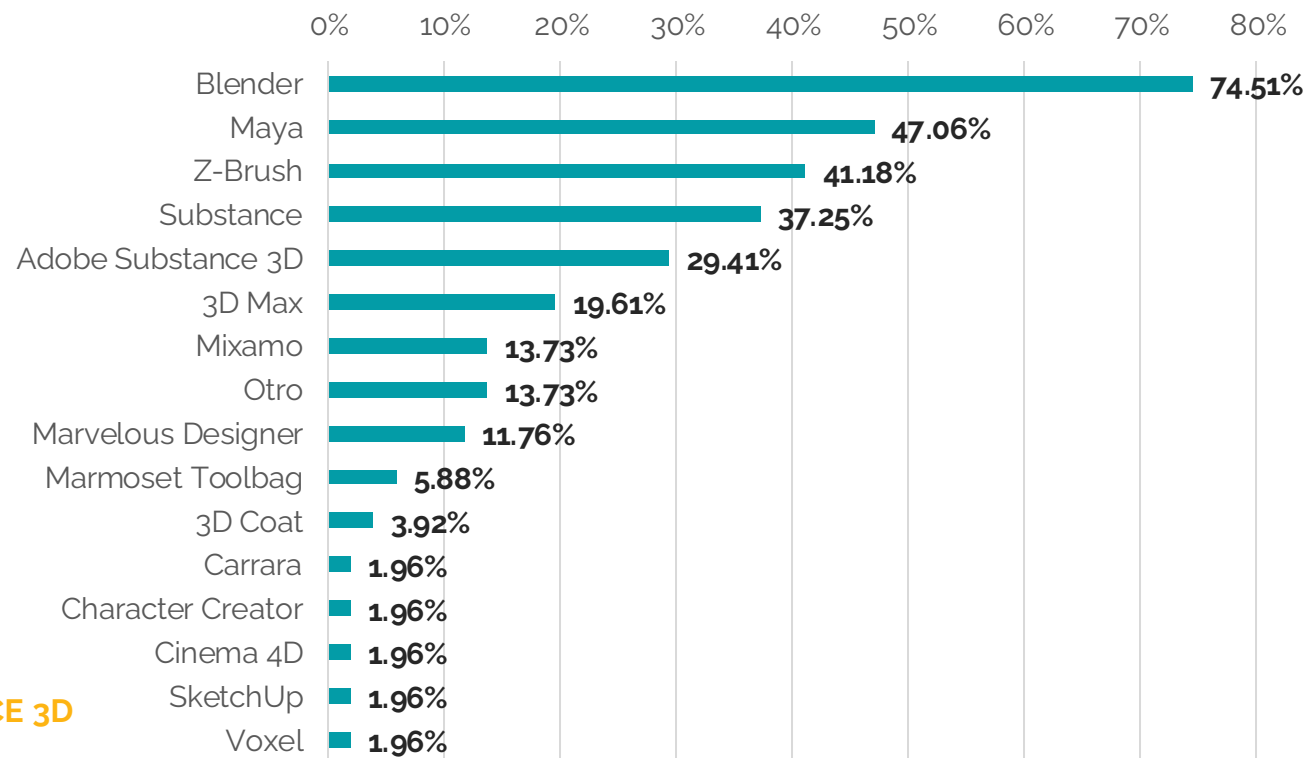
PROGRAMAS PARA DESARROLLAR ARTE Y ANIMACIÓN 3D

El programa principal para desarrollar arte y animación 3D es Blender. Además, al indagarse por el uso de todos los programas se puede observar que también se utilizan Maya y Z-Brush.

PRINCIPAL



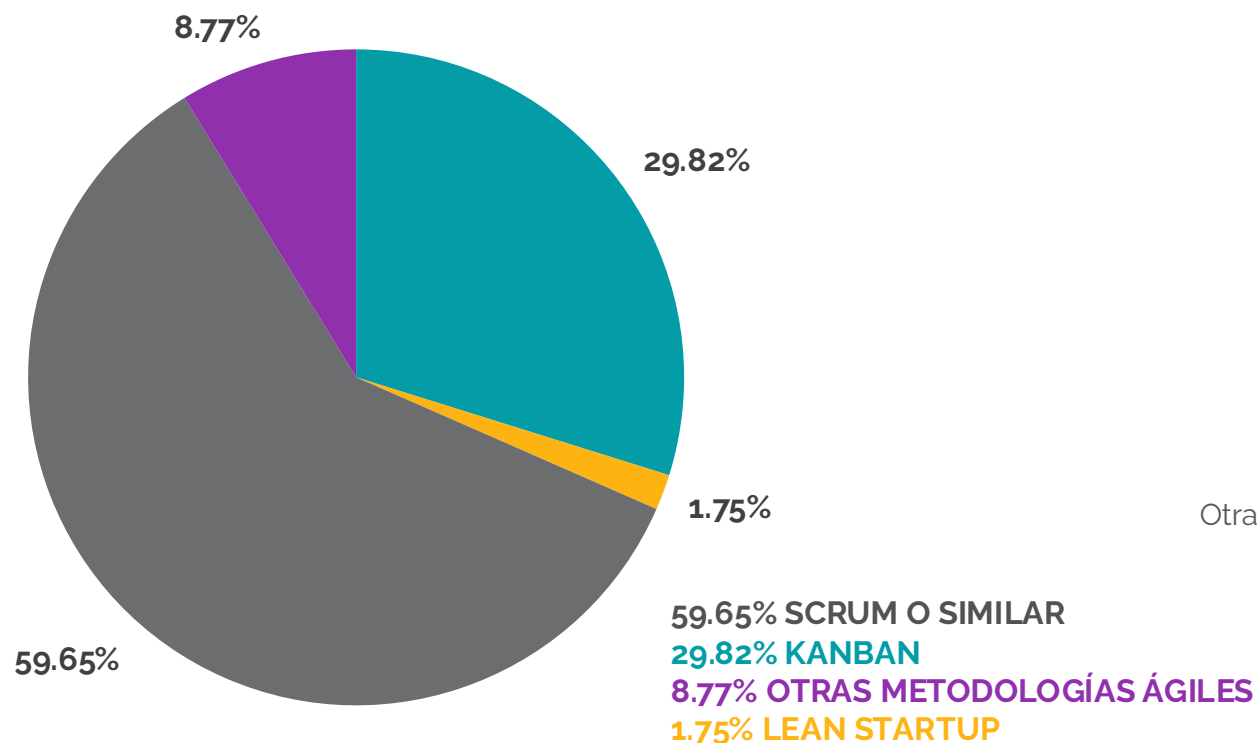
TODOS



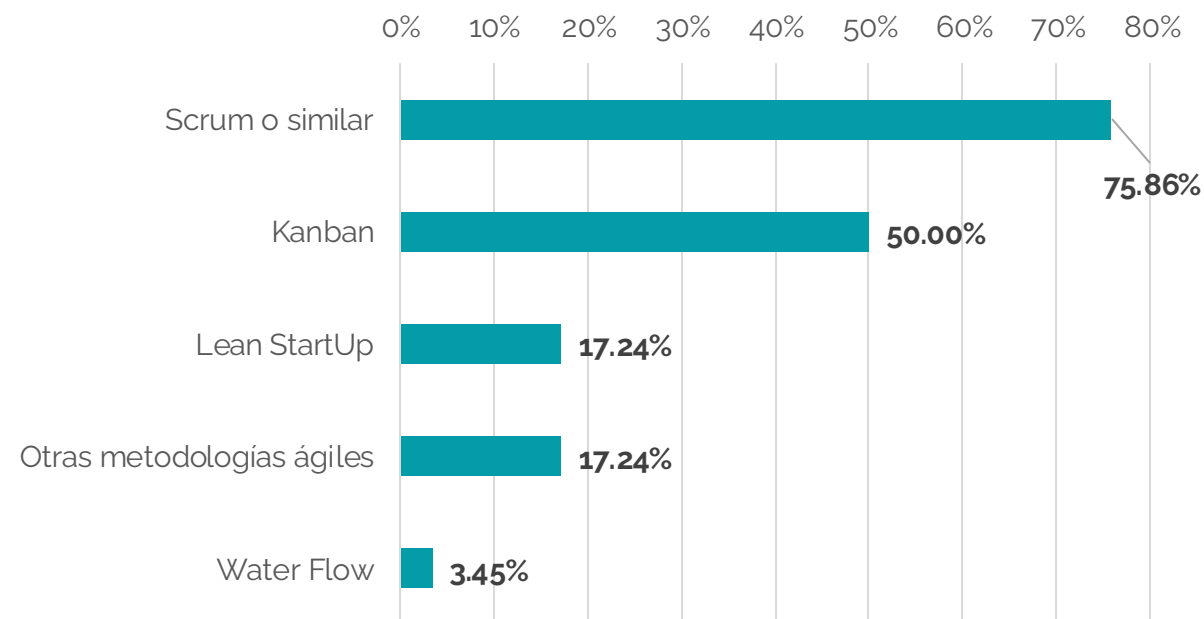
Opciones con 0%: Fuse

La metodología de producción que se considera es la principal es Scrum o similar. Al indagarse por el uso de todas las metodologías de producción se puede observar que también se utiliza Kanban.

PRINCIPAL



TODOS



5 | RECURSOS HUMANOS

TAMAÑO ESTIMADO DE LA INDUSTRIA*

U\$S 87.344.640

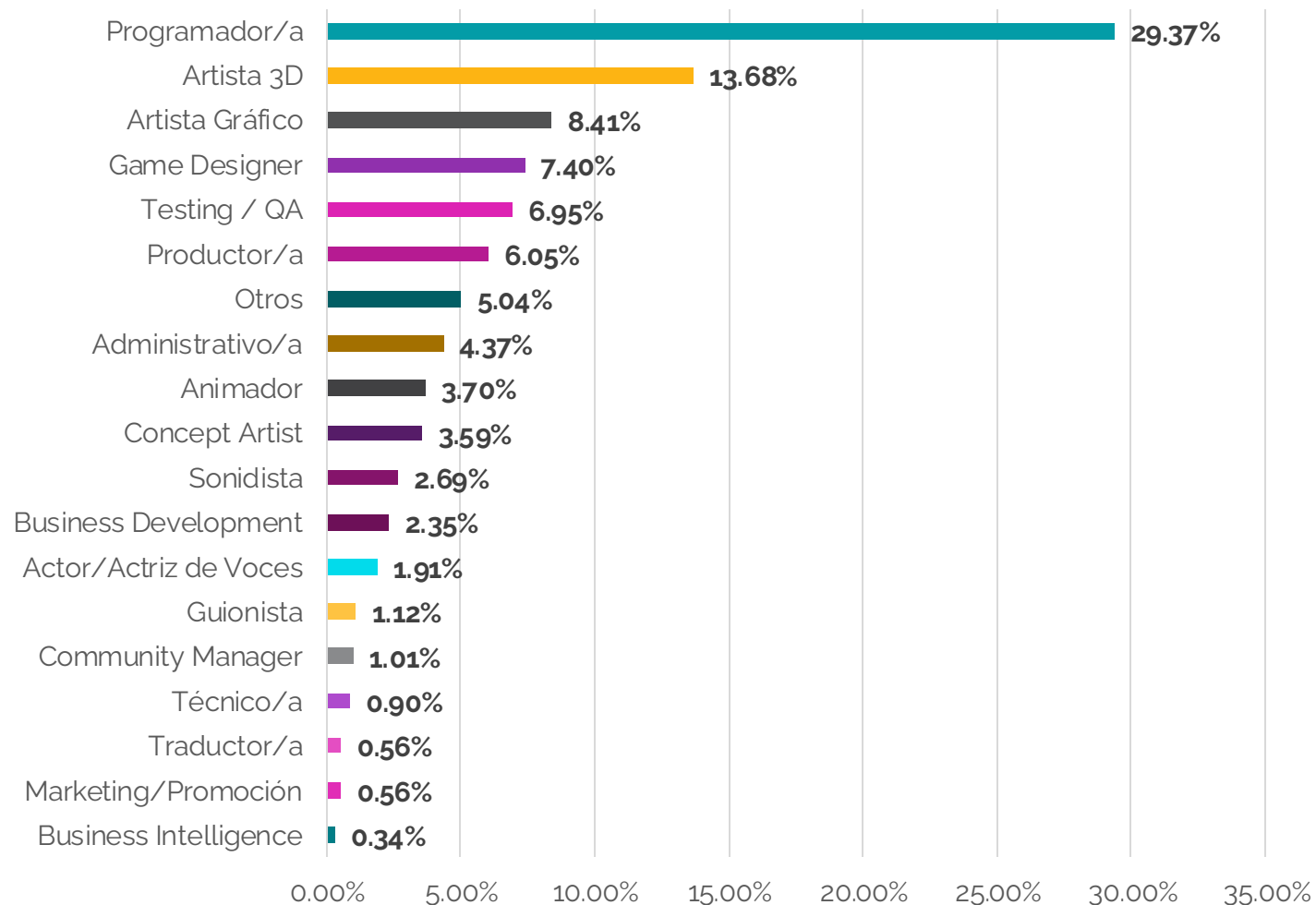
*ESTIMACIÓN BASADA EN LA CANTIDAD DE
RRHH EN ACTIVIDAD

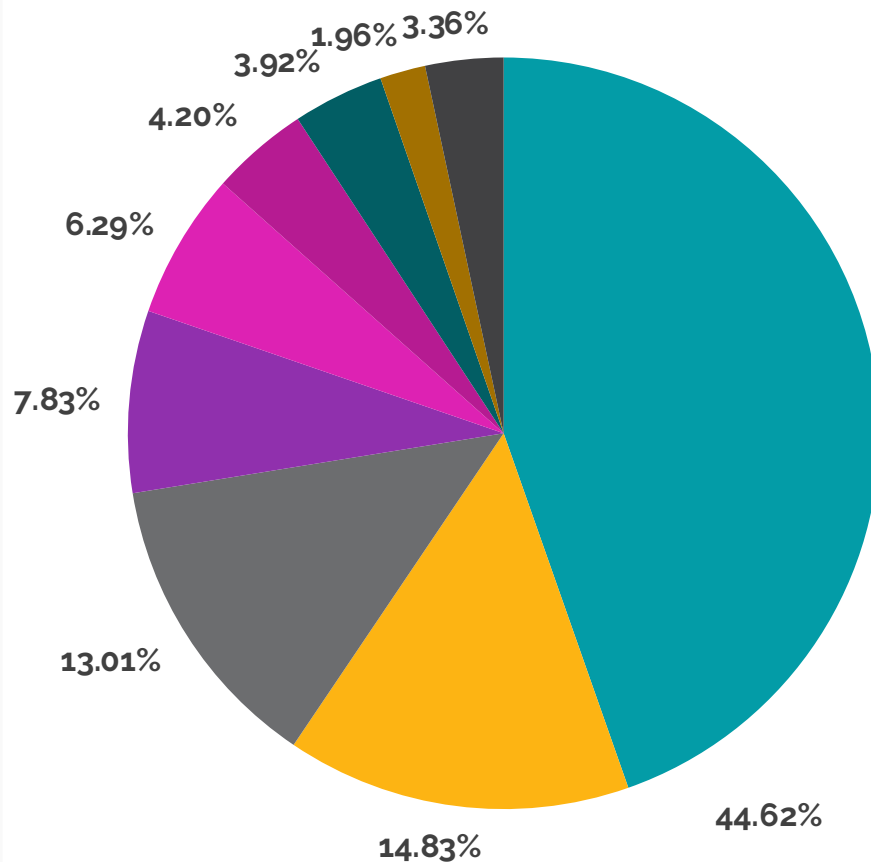
RRHH 1432

Se estima un tamaño de la industria valuado en U\$S 87.344.640. Este monto representa el valor económico del talento profesional que integra la industria, calculado a partir de los roles profesionales y cargos directivos relevados.

Se registró un total de 1432 recursos humanos en actividad. El rol más frecuente es el de programador/a seguido por el de artista 3D.

TRABAJADORES POR ROL PROFESIONAL





44.62% CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

14.83% GRAN BUENOS AIRES

13.01% PROVINCIA DE CÓRDOBA

7.83% PROVINCIA DE BUENOS AIRES

6.29% PROVINCIA DE MENDOZA

4.20% PROVINCIA DE SANTA FE

3.92% EXTERIOR DEL PAÍS

3.36% PROVINCIAS DE CHACO, ENTRE RÍOS, LA PAMPA, MISIONES, NEUQUÉN, RÍO NEGRO, SANTA CRUZ, SAN JUAN, SAN LUIS Y TIERRA DEL FUEGO

1.96% PROVINCIA DE TUCUMÁN

Si se considera la totalidad de la muestra analizada, sólo el 44.7% dijo tener personal que trabaja de manera remota en una locación distinta a la ubicación de la empresa/ emprendimiento. Entre quienes respondieron la pregunta, ese porcentaje asciende al 81%. La ubicación geográfica más frecuente de los empleados/as remotos/as es Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y Córdoba.

ESPECÍFICOS: MÁS VALORADOS

- 1º Inglés oral y/o escrito
- 2º Diseño de juegos
- 3º Conocimiento de programación
- 4º Conocimiento de Arte
- 5º Uso de sistemas de versionado como Git
- 6º Conocimiento de metodologías ágiles como Scrum
- 7º Negocios
- 8º Emprendurismo
- 9º Conocimiento de Testing (QA)
- 10º Uso de planilla de cálculos
- 11º Conocimiento de probabilidad y estadística

Dentro de las habilidades y/o conocimientos más valorados se encuentran el manejo de inglés oral y/o escrito, el diseño de juegos y el conocimiento de programación.

Se considera un valor agregado el tener habilidades comunicacionales, cultura lúdica y predisposición al trabajo interdisciplinario.

ADICIONALES: MÁS VALORADOS

- 1º Habilidades Comunicacionales
- 2º Cultura lúdica (haber jugado juegos)
- 3º Predisposición al trabajo interdisciplinario
- 4º Liderazgo de equipo
- 5º Conocimientos multidisciplinarios
- 6º Desarrollo de negocios
- 7º Redacción de informes
- 8º Conocimiento sobre neurociencias
- 9º Conocimiento sobre sistemas económicos y financieros



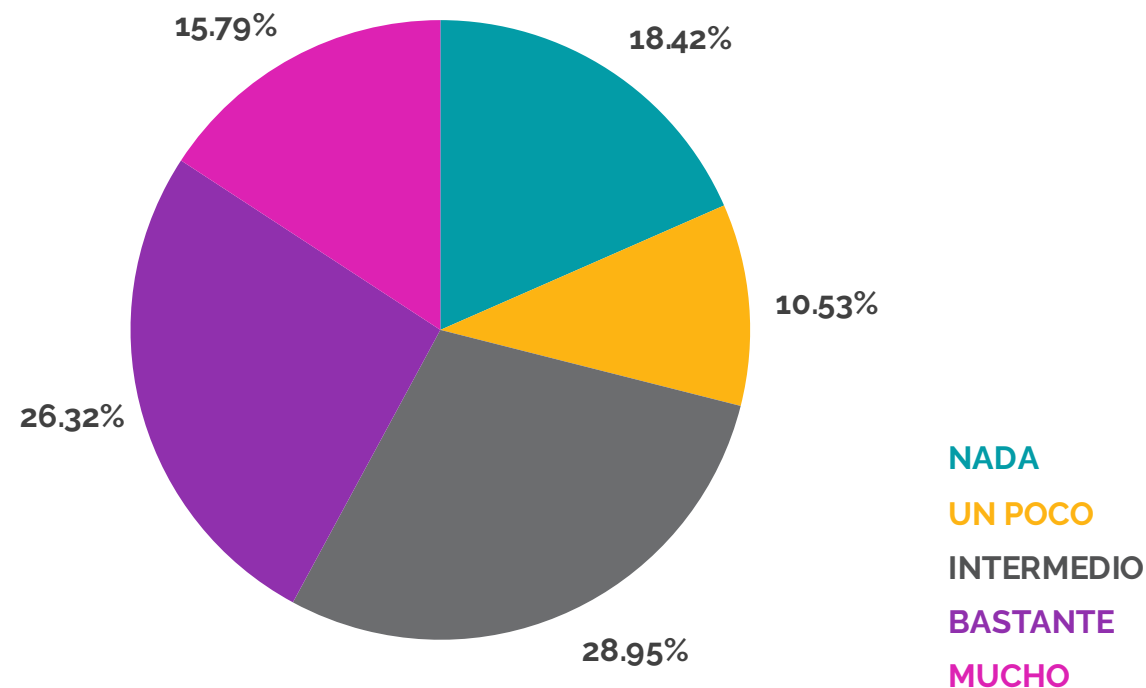
El 28.81% de los/as empleados/as cuentan con una carrera universitaria en curso o incompleta y el 26.23% con una carrera universitaria completa.

En relación con la contratación de personal, el perfil más difícil de conseguir es el de comercialización. Además, la mayoría considera que la subcontratación en el exterior presenta una dificultad entre intermedia y alta para la búsqueda local de personal.

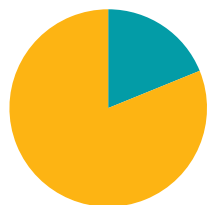
PERFILES MÁS DIFÍCILES DE CONSEGUIR

- 1º Comercialización
- 2º Producción
- 3º Animador
- 4º Desarrollo
- 5º Game Design

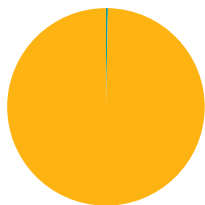
¿Considera que la subcontratación de personal en el exterior dificulta la búsqueda local de personal para su propia empresa/emprendimiento?



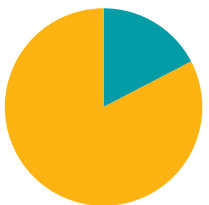
El 18.85% de quienes participan de la industria son mujeres y el 0.31% son personas no binarias. Las mujeres ocupan el 17.36% de los cargos directivos y en el caso de las personas no binarias ese porcentaje descende a 0%. Del total de mujeres, el 47.22% tiene un cargo STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).



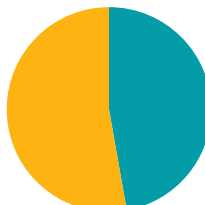
**18.85% MUJERES
EN LA INDUSTRIA**



**0.31% PERSONAS
NO BINARIAS EN
LA INDUSTRIA**



**17.36% MUJERES
EN CARGOS
DIRECTIVOS**



**47.22% DE LAS
MUJERES
TIENEN CARGOS
STEM**



Durante el 2024, el **11.1%** de las empresas/emprendimientos realizaron acciones para la reflexión sobre temáticas de diversidad y género.

EJEMPLOS DE ACCIONES PARA LA REFLEXIÓN:

- Talleres sobre divergencias y neurodivergencias.
- Contratación de mujeres en cargos directivos.
- Celebración y charlas relacionadas al mes del orgullo.
- Plan de empleabilidad de personas con discapacidad.
- Contratación de mujeres guionistas para revisar y ajustar la narrativa del videojuego.
- Participación de eventos realizados por Women in Games Argentina (WIGAr).
- Clase dedicada a la ética profesional.
- Apoyo en procesos de afirmación de género.

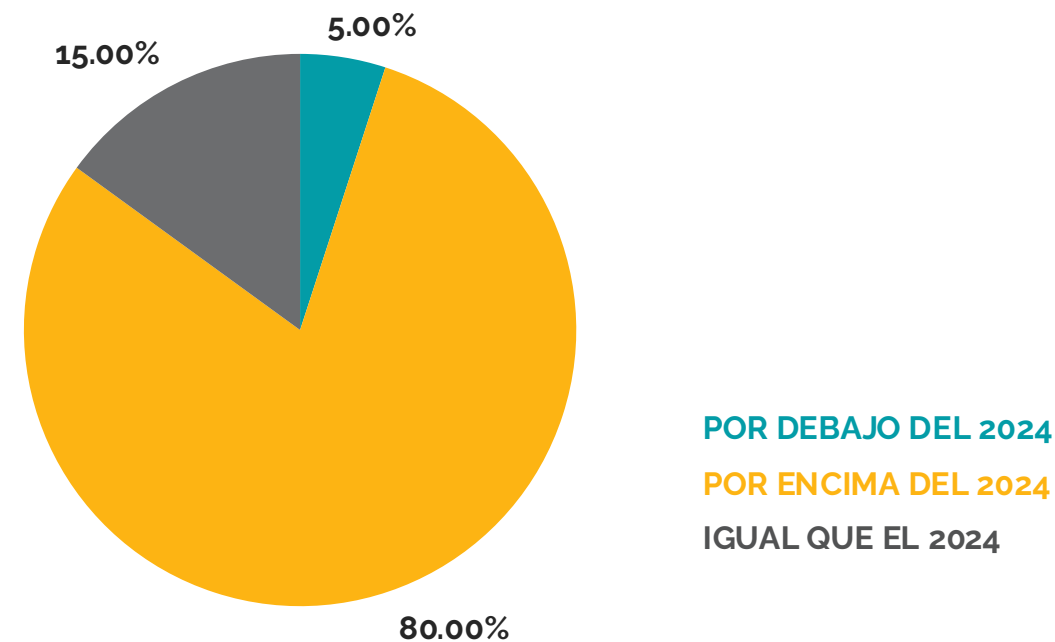
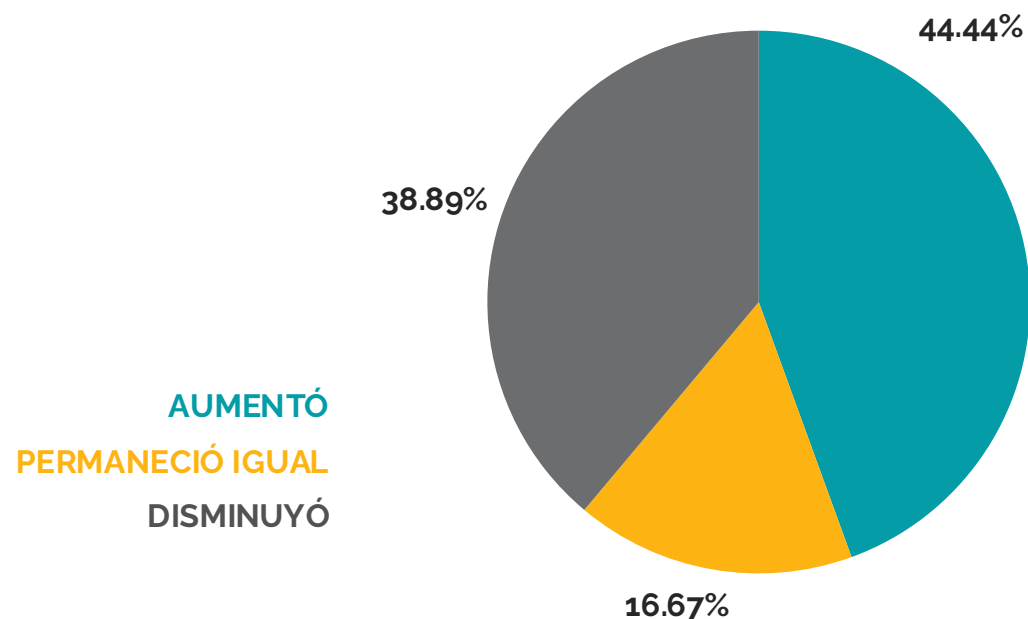
6

**ESTRUCTURA
Y CRECIMIENTO**

Para la mayoría, la facturación en 2024 superó a la facturación del 2023. Además, la mayoría proyecta que en el 2025 su facturación aumentará. Entre quienes proyectan una disminución de facturación en 2025, en promedio estiman una baja del 15%, y quienes proyectan un aumento estiman un incremento del 84%.

FACTURACIÓN DEL 2024 COMPARADA CON LA DEL 2023

PROYECCIÓN DE FACTURACIÓN PARA 2025

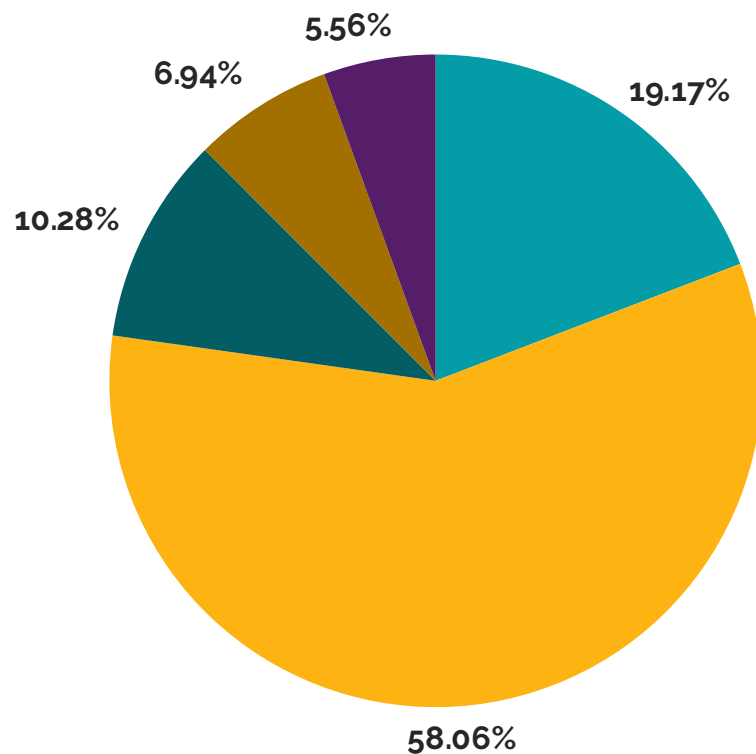


Tanto en las micro, como en las pequeñas y medianas, el mayor porcentaje de costos está destinado a los recursos humanos. Además, las micro reportaron haber reinvertido en promedio el 42% de utilidades, y, en el caso de las pequeñas y medianas ese porcentaje asciende al 81%.

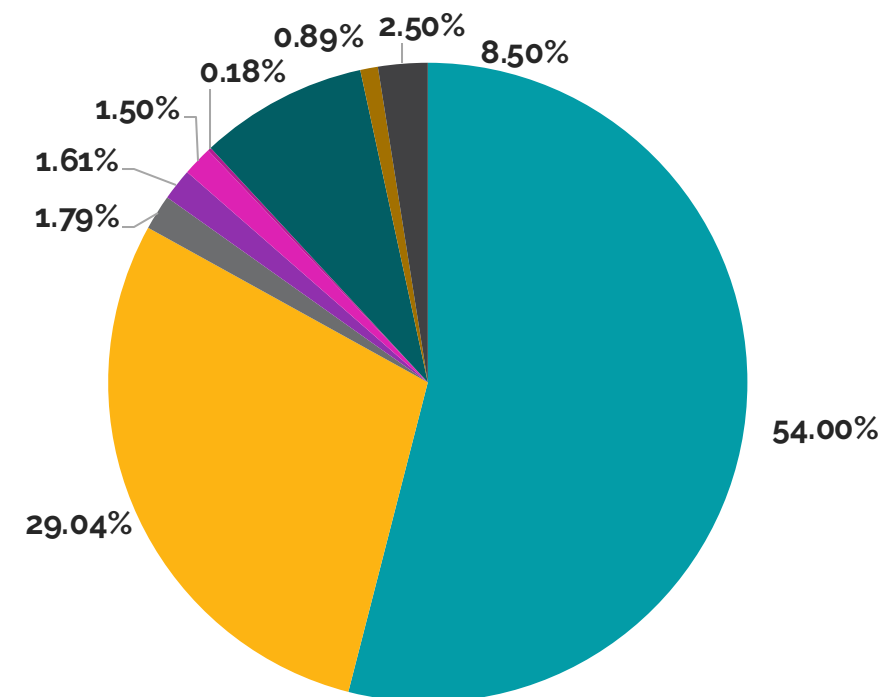


La fuente de financiamiento principal para las micro son los aportes propios. En el caso de las pequeñas y medianas, la principal fuente de financiamiento es el flujo de caja de la empresa / emprendimiento.

MICRO



PEQUEÑAS Y MEDIANAS

GANANCIAS PROPIAS / FLUJO
DE CAJA

APORTES PROPIOS

PRÉSTAMOS DE FAMILIARES,
AMIGOS, CONOCIDOS

CRÉDITO BANCARIO

SUBSIDIOS DEL SECTOR
PÚBLICOCRÉDITO CON INSTITUCIONES
FINANCIERAS NO BANCARIAS

PUBLISHERS

CONCURSOS / PREMIOS

VENTURE CAPITAL

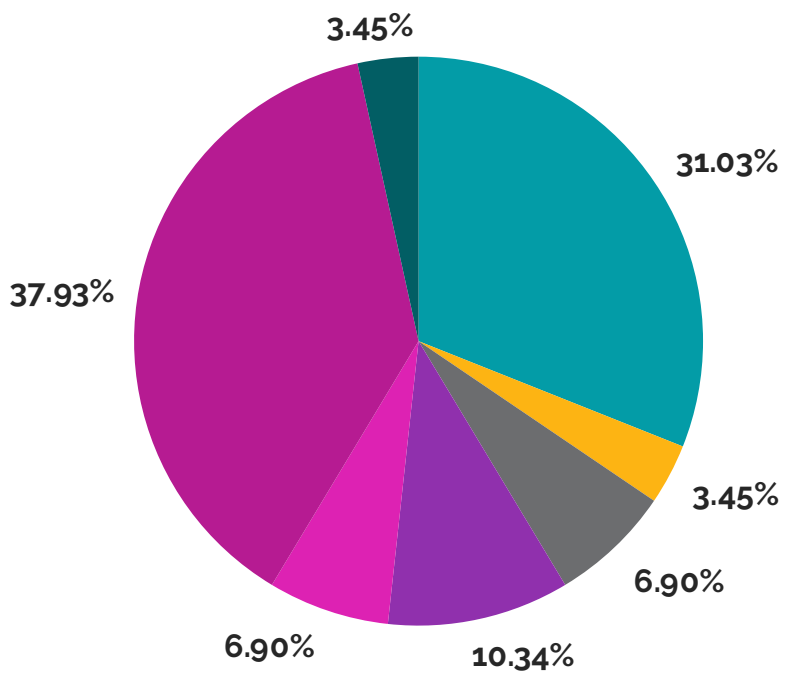
OTROS

FUENTES DE FINANCIAMIENTO DESEADA

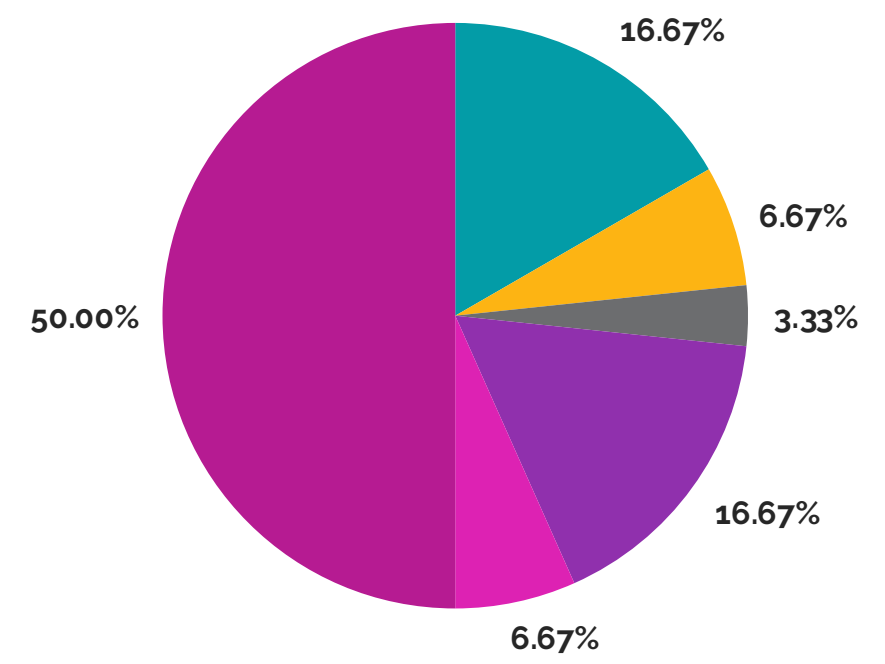
Tanto en las micro como en las pequeñas y medianas, la fuente de financiamiento más deseada es el financiamiento mediante un Publisher. Además, el 34% de los estudios micro afirma que durante el 2024 perdió la oportunidad de hacer inversiones o llevar adelante proyectos rentables por falta de fondos. En el caso de las pequeñas y medianas el porcentaje asciende al 50%.

MICRO

PEQUEÑAS Y MEDIANAS



- MAYOR FINANCIAMIENTO PROPIO
- MAYOR PARTICIPACIÓN DE CRÉDITOS CON TASAS SUBSIDIADAS Y/O PLAZOS MÁS ELEVADOS
- MAYOR PARTICIPACIÓN DE SUBSIDIOS PÚBLICOS
- INCORPORACIÓN DE NUEVOS SOCIOS O ACCIONISTAS
- FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DE CROWDFUNDING
- FINANCIAMIENTO MEDIANTE PUBLISHER
- OTRO



El principal obstáculo percibido para el desarrollo de la actividad es el acceso al financiamiento. Le siguen la inestabilidad económica y la elevada presión impositiva con respecto a los sueldos.

- 1 Acceso al financiamiento
- 2 Inestabilidad económica
- 3 Elevada presión impositiva con respecto a los sueldos
- 4 Incertidumbre respecto de la demanda de mi producto
- 5 Elevado costo del desarrollo
- 6 Falta de personal cualificado / falta de sueldo acorde
- 7 Dificultad con los pagos y cobros al exterior
- 8 Seguridad jurídica
- 9 Dificultad para encontrar empleados con la capacitación necesaria
- 10 Incertidumbre política



UNRaf
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
RAFAELA



Contacto: observatorio.vj@unraf.edu.ar

<https://www.unraf.edu.ar/index.php/secretarias/investigacion/observatorio-videojuegos>

