



INFORME 2024

RELEVAMIENTO 2024 SOBRE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN 2023



UNRaf
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
RAFAELA





Guadalupe de la Iglesia, Directora



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



Florencia Fole, Presidenta

Miguel Martín, Director Ejecutivo

**PRODUCCIÓN DEL
INFORME**

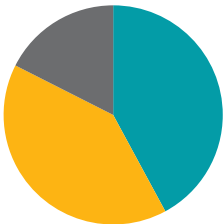
Guadalupe de la Iglesia y Gimena Bruno

TABLA DE CONTENIDOS

3	RESUMEN
4	SOBRE EL OBSERVATORIO
5	METODOLOGÍA
6	AGRADECIMIENTO
7	TAMAÑO DE LA MUESTRA
8	1 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES
19	2 DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS
24	3 SERVICIOS DE SOPORTE AL DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS
28	4 HERRAMIENTAS
35	5 RECURSOS HUMANOS
41	6 ESTRUCTURA Y CRECIMIENTO

TAMAÑO DE LAS EMPRESAS

42.11% MICRO (≤ 7)
40.35% PEQUEÑA (8-35)
17.54% MEDIANA (36-345)



RRHH 1686

PROFESIONALES EN ACTIVIDAD

TAMAÑO ESTIMADO DE LA INDUSTRIA*

U\$S 95.049.600

*ESTIMACIÓN BASADA EN LA CANTIDAD DE RRHH EN ACTIVIDAD

GÉNERO Y DIVERSIDAD

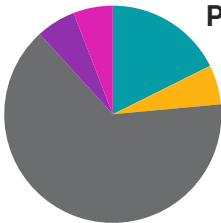


MERCADO DE DESTINO PRINCIPAL

B2C

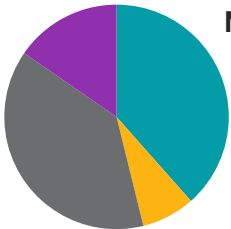
COMERCIALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS

PEQUEÑAS Y MEDIANAS



64.71% EEUU Y CANADÁ
17.65% ARGENTINA
5.88% LATAM
5.88% EUROPA
5.88% OCEANÍA

MICRO

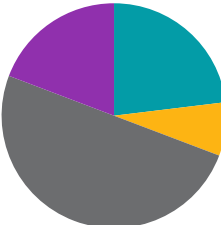


38.46% ARGENTINA
38.46% EEUU Y CANADÁ
15.39% EUROPA
7.69% LATAM

B2B

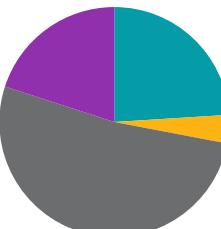
COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS

PEQUEÑAS Y MEDIANAS



50% EEUU Y CANADÁ
22.08% ARGENTINA
19.23% EUROPA
7.69% LATAM

MICRO



52% EEUU Y CANADÁ
24% ARGENTINA
20% EUROPA
4% LATAM

VIDEOJUEGOS 2023

DESARROLLO INICIADO



37 PEQUEÑOS
37 GRANDES

PUBLICADOS



7 PEQUEÑOS
24 GRANDES

PLATAFORMA PRINCIPAL



1º PC/MAC/LINUX
2º MOBILE

TIPO DE VIDEOJUEGO PRINCIPAL



1º CASUALES/SOCIALES
2º ESTRATEGIA y ACCIÓN

PÚBLICO OBJETIVO PRINCIPAL



1º 19-35 años
2º 14-18 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

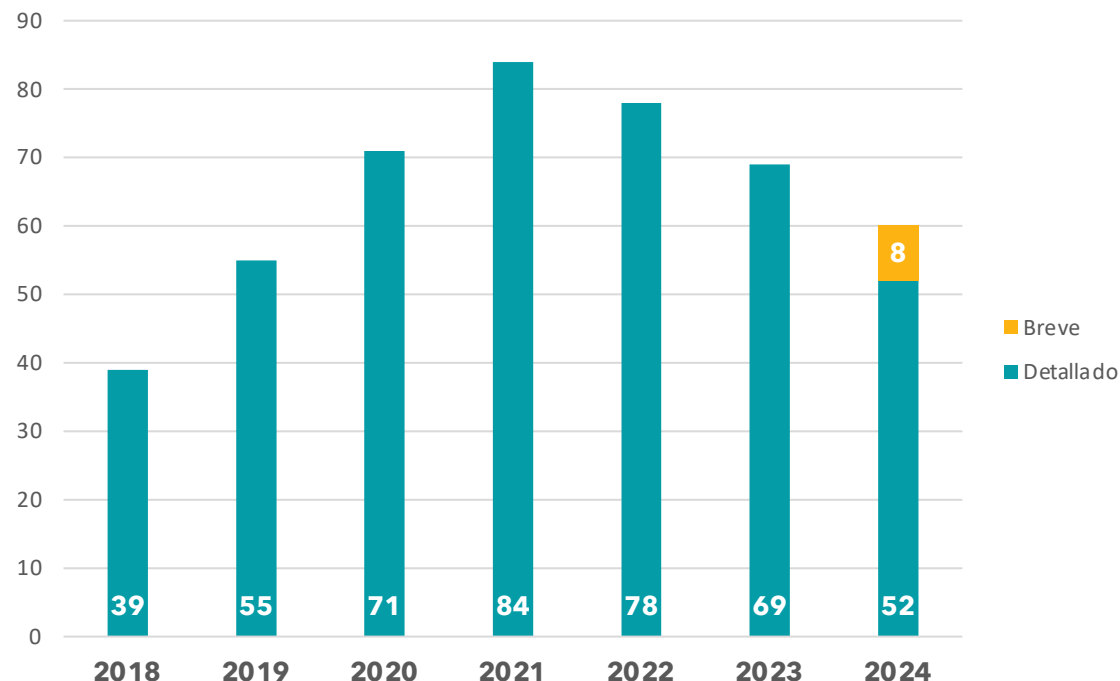
Los informes generados a partir del observatorio surgen de un análisis riguroso de la información proveída por participantes voluntarios de la industria que accedieron a responder al relevamiento. El relevamiento detallado consta de tres partes: una referida a las características generales del emprendimiento o empresa, otra a los recursos humanos, y otra relacionada a la estructura y crecimiento. Este año hemos incorporado un relevamiento breve con el objetivo de ampliar el alcance de los participantes. 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 utiliza como base los datos relevados sobre los recursos humanos de la industria y su resultado refleja un cálculo consensuado entre representantes de la industria.



AGRADECIMIENTO

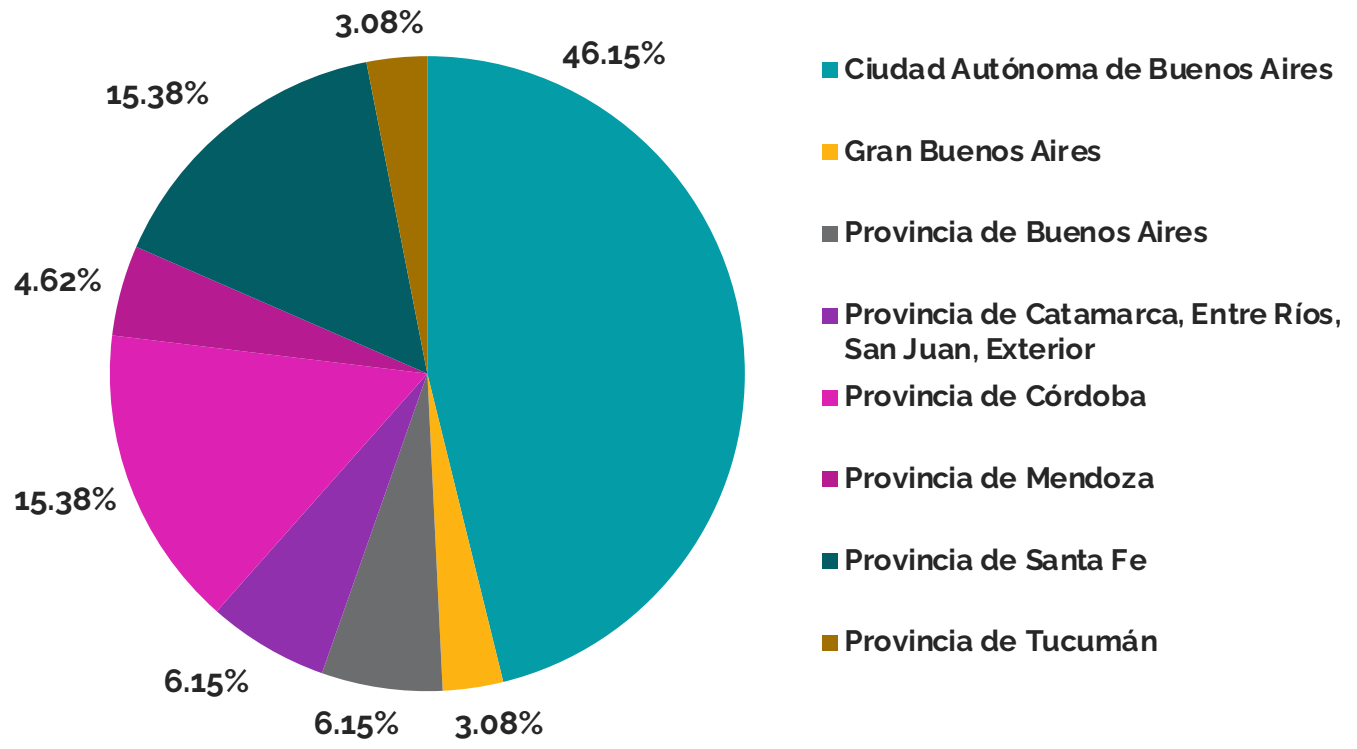
Este informe no hubiera sido posible sin las respuestas de los y las participantes de la industria que voluntariamente contestaron al relevamiento. Agradecemos su valiosa participación.



NÚMERO DE RESPUESTAS A INFORMES PREVIOS Y AL INFORME ACTUAL

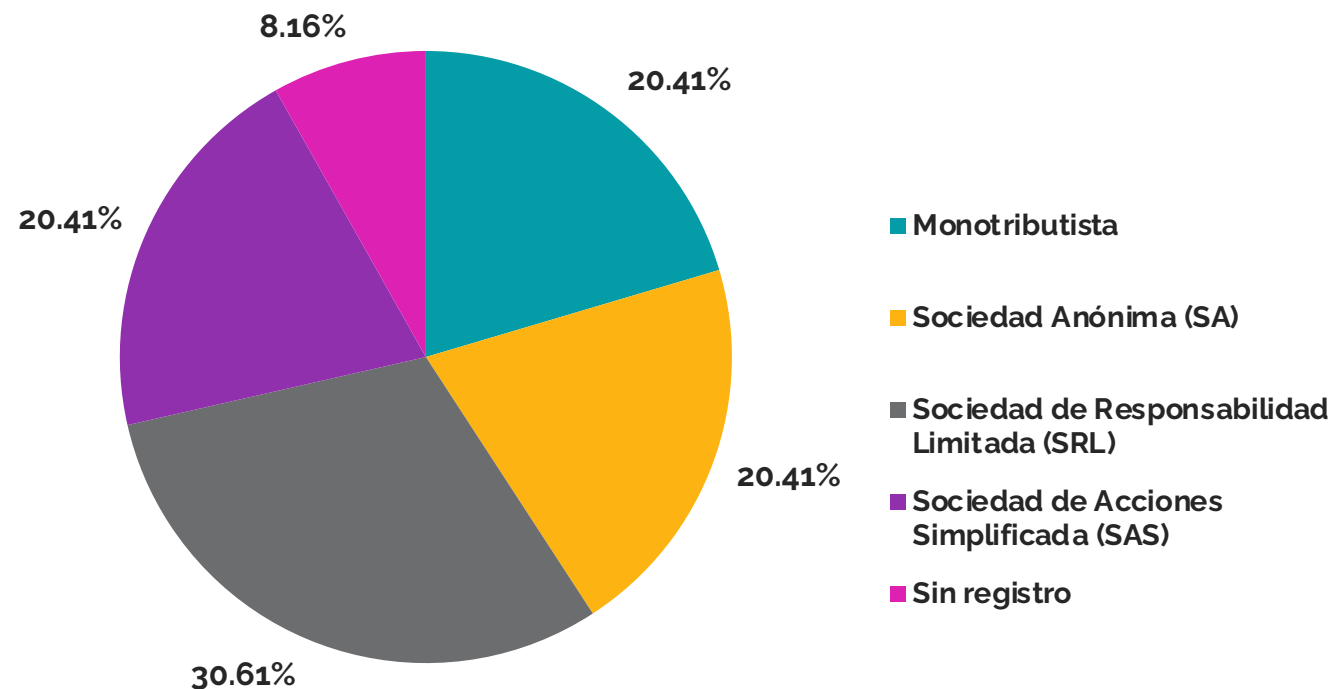
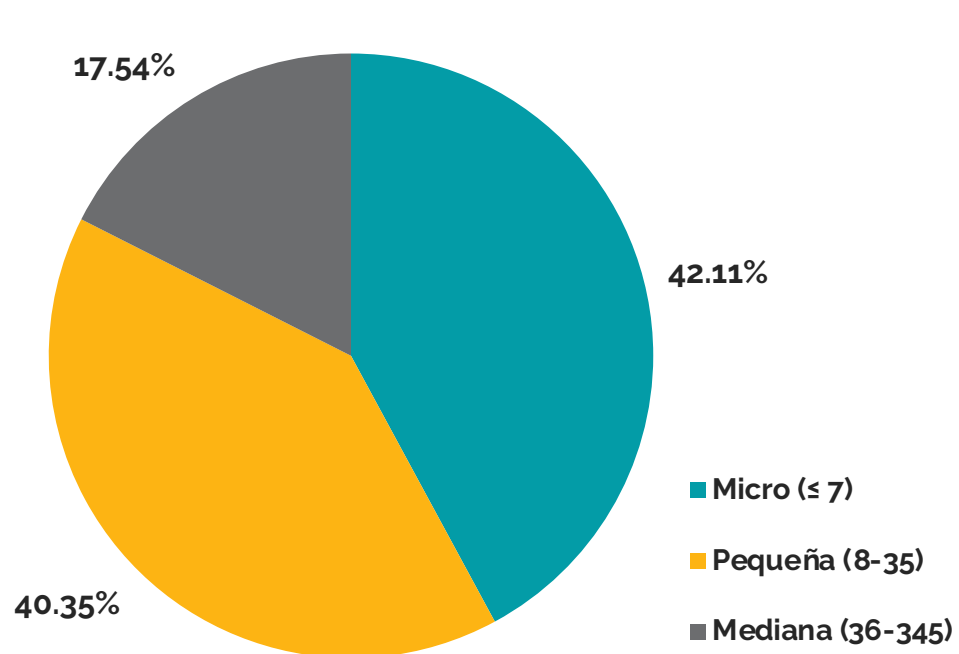
El informe 2024 está basado en la respuesta de 60 participantes voluntarios. De ellos, 52 contestaron al relevamiento detallado y 8 a un relevamiento breve donde sólo se realizaron las preguntas que se observan en el resumen principal. Todas las respuestas se basan en las actividades realizadas durante 2023.

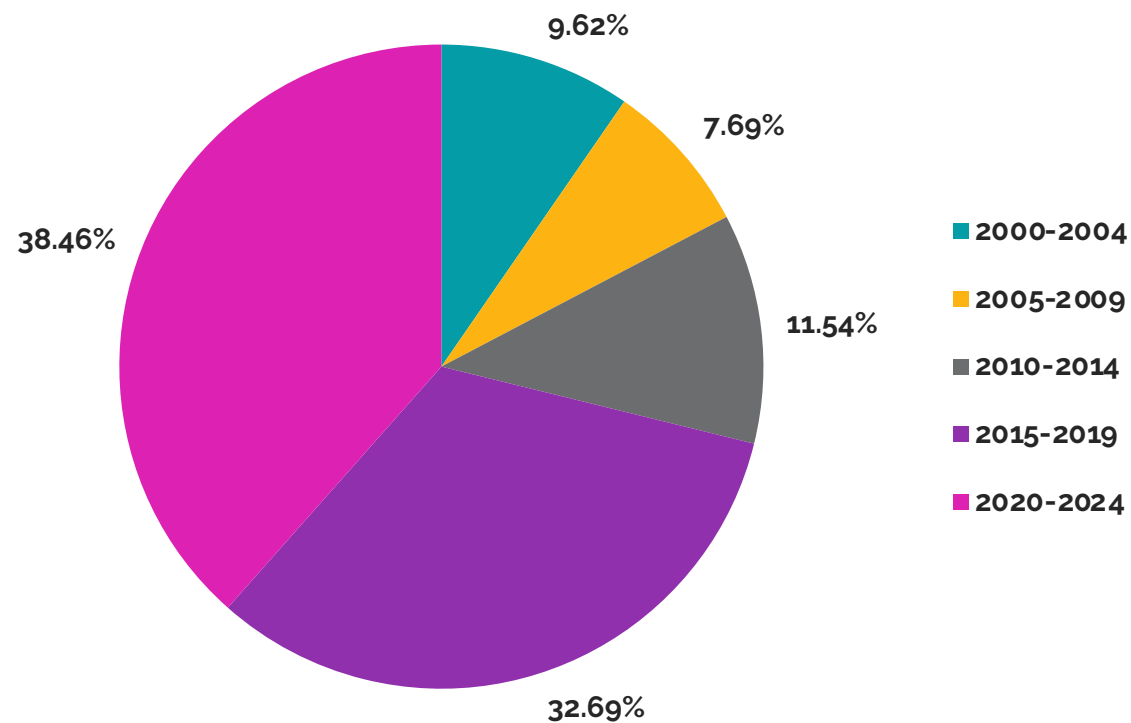
1 | CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES



La mayoría de las empresas y emprendimientos de la industria se ubican geográficamente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Además, se observa una concentración de empresas en Santa Fe, Córdoba y, en menor medida, en Mendoza.

La mayoría de las empresas y emprendimientos tienen un tamaño Micro (menos de 7 empleados) o Pequeño (entre 8 y 35 empleados). Existen algunas empresas de tamaño mediano (entre 36 y 345 empleados). En cuanto a su forma jurídica la mayoría son Sociedades de Responsabilidad Limitada.



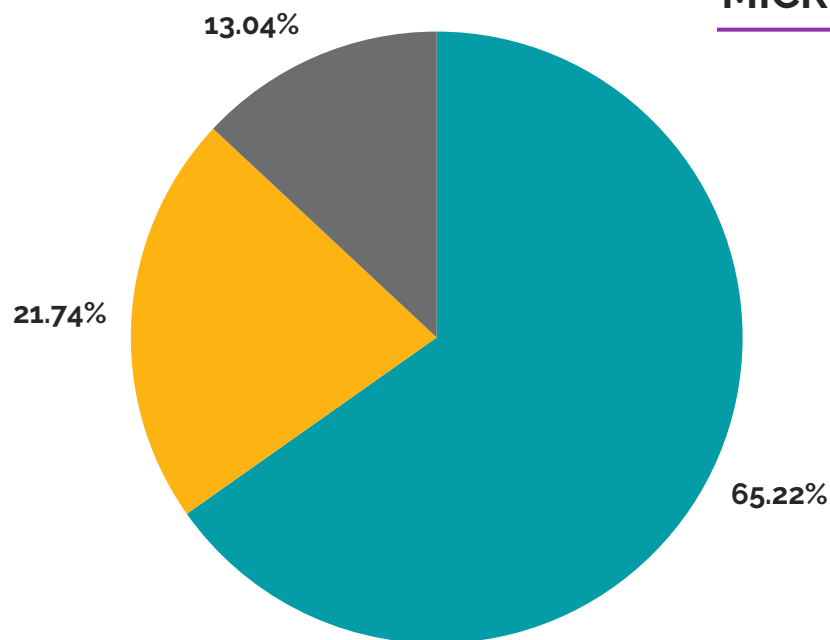
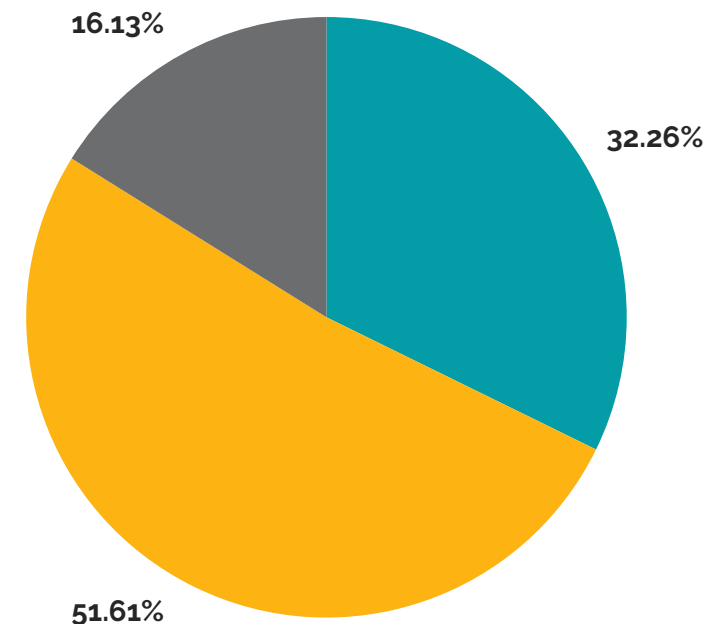


AÑO DE INICIO

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 1.5 y 14 años de antigüedad siendo el promedio de antigüedad de 7.76 años. La mayoría tarda entre 0 y 5 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 empresas 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 MEDIANASDESARROLLO EXCLUSIVO DE
VIDEOJUEGOS PROPIOSDESARROLLO DE VIDEOJUEGOS Y
OTROS SERVICIOS RELACIONADOSSERVICIOS DE SOPORTE AL
DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS

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

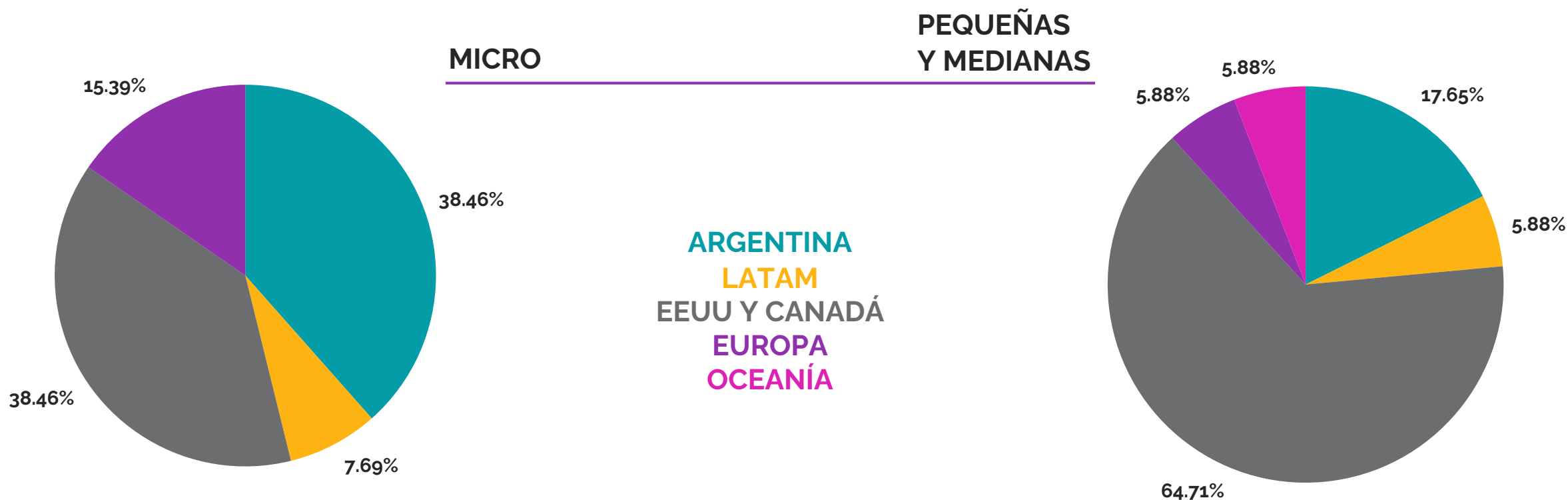
INFORME 2024

OBS//Vj
OBSERVATORIO
de la industria
de Videojuegos

UNRaf
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
RAFAELA

VIDEOJUEGOS HECHOS EN ARGENTINA

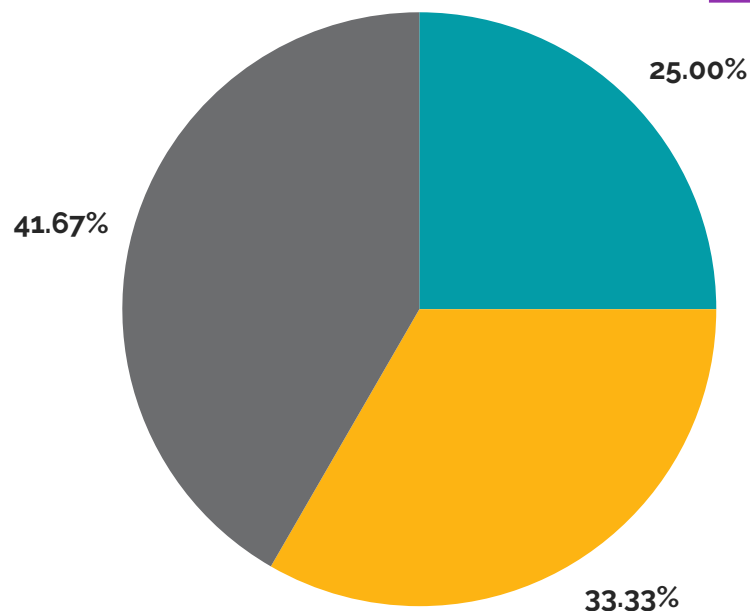
En el caso de las micro, los mercados de destino principales para la comercialización de videojuegos propios (B2C) son Argentina y EEUU y Canadá. Para las pequeñas y medianas, el mercado de destino principal es EEUU y Canadá.



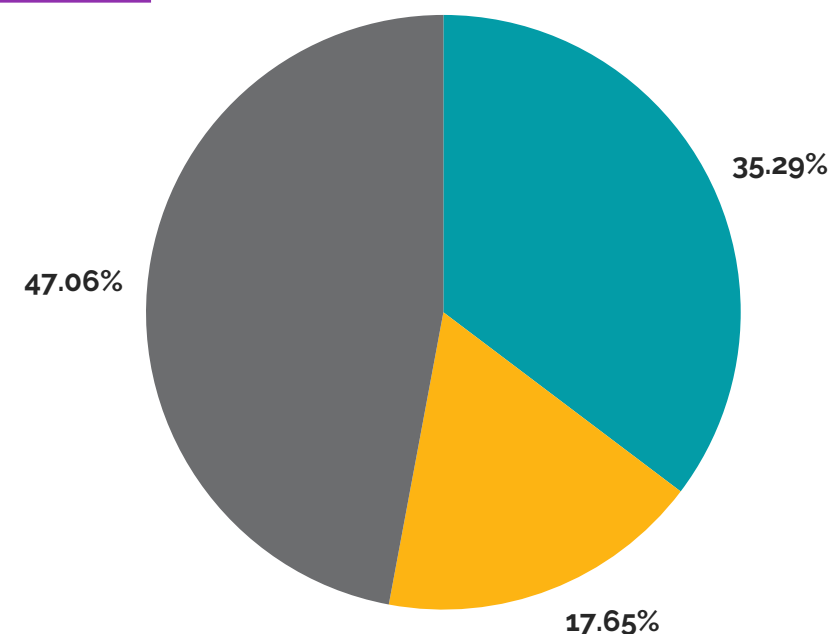
COMERCIALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS PROPIOS (B2C) | CANTIDAD DE MERCADOS DE DESTINO

Tanto en las micro como en las pequeñas y medianas, la mayoría tiene 3 o más destinos de comercialización de videojuegos.

MICRO

PEQUEÑAS
Y MEDIANAS

UN DESTINO
DOS DESTINOS
TRES DESTINOS O MÁS



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

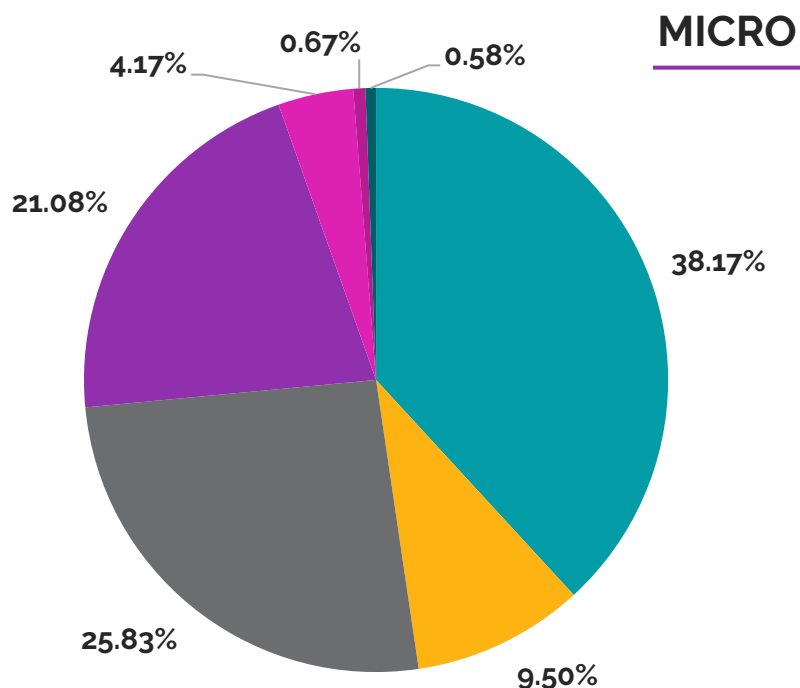
INFORME 2024

OBS/Vj
OBSERVATORIO
de la industria argentina
de Videojuegos

UNRaf
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
RAFAELA

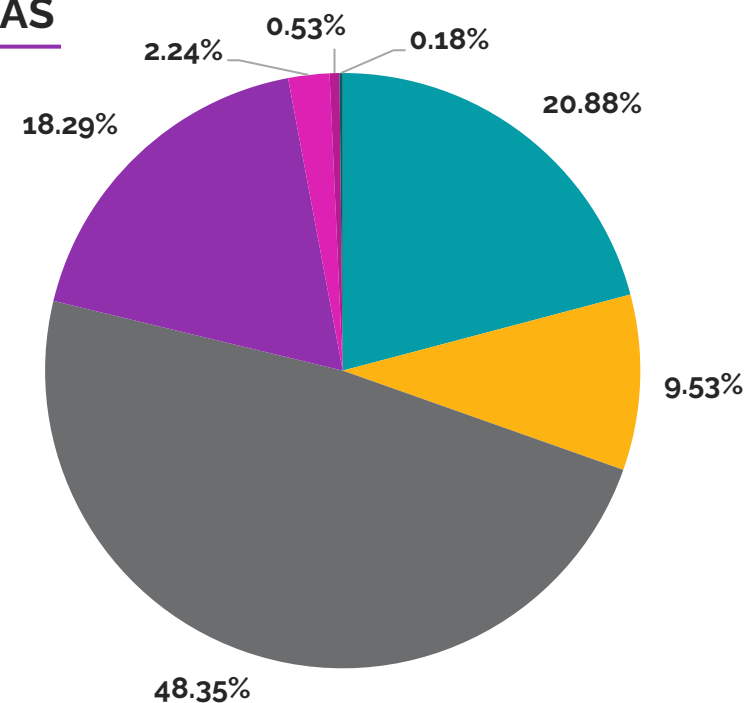
VIDEOJUEGOS HECHOS EN ARGENTINA

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.



PEQUEÑAS Y MEDIANAS

ARGENTINA
LATAM
EEUU Y CANADÁ
EUROPA
ASIA
OCEANÍA
ÁFRICA



COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS (B2B)

| MERCADO DE DESTINO PRINCIPAL

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



17 COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS (B2B)

| CANTIDAD DE MERCADOS DE DESTINO

INFORME 2024

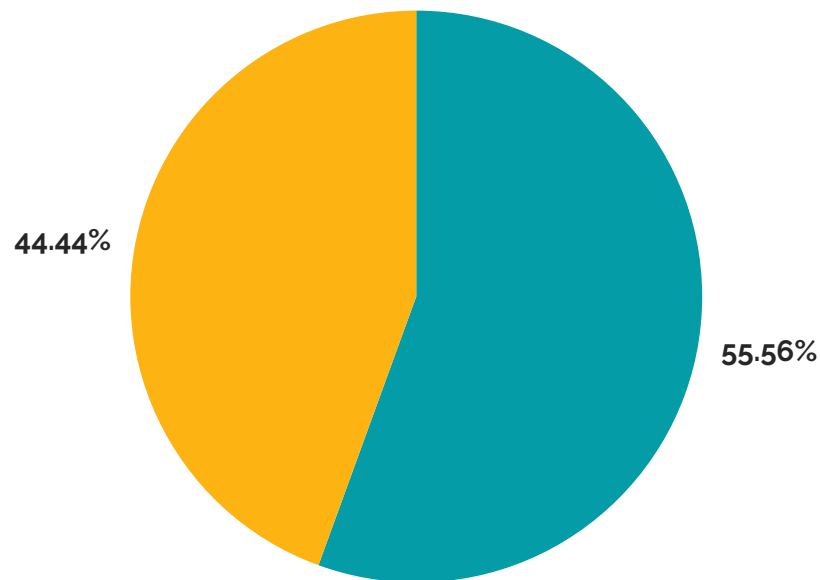
OBS/Vj
OBSERVATORIO
de la industria argentina
de Videogames

UNRaf
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
RAFAELA

VOLUNTARIOS
VIDEOGAMES EN ARGENTINA

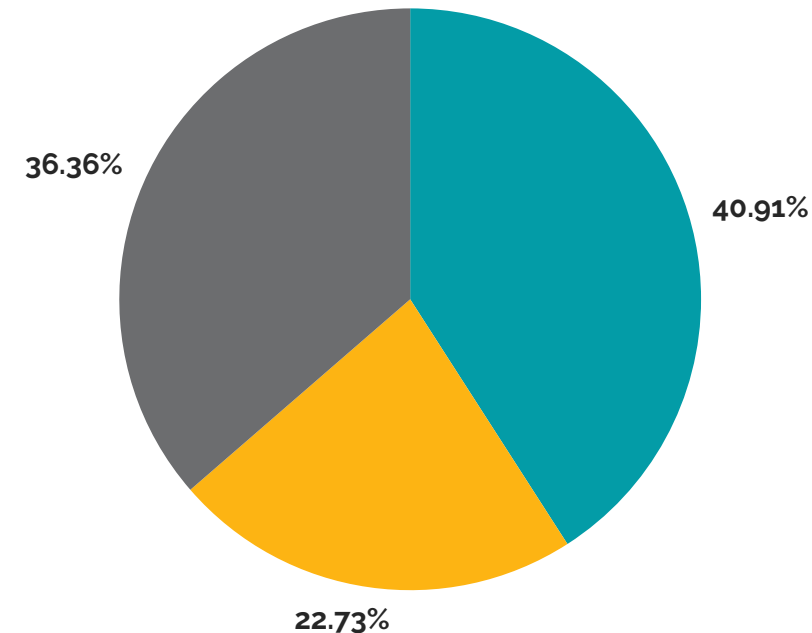
En el caso de las micro, aproximadamente la mitad tiene un destino de comercialización de servicios y la otra mitad tiene dos destinos para la comercialización de servicios. En cuanto a las pequeñas y medianas, la mayoría tiene solo uno.

MICRO



PEQUEÑAS
Y MEDIANAS

UN DESTINO
DOS DESTINOS
TRES DESTINOS O MÁS

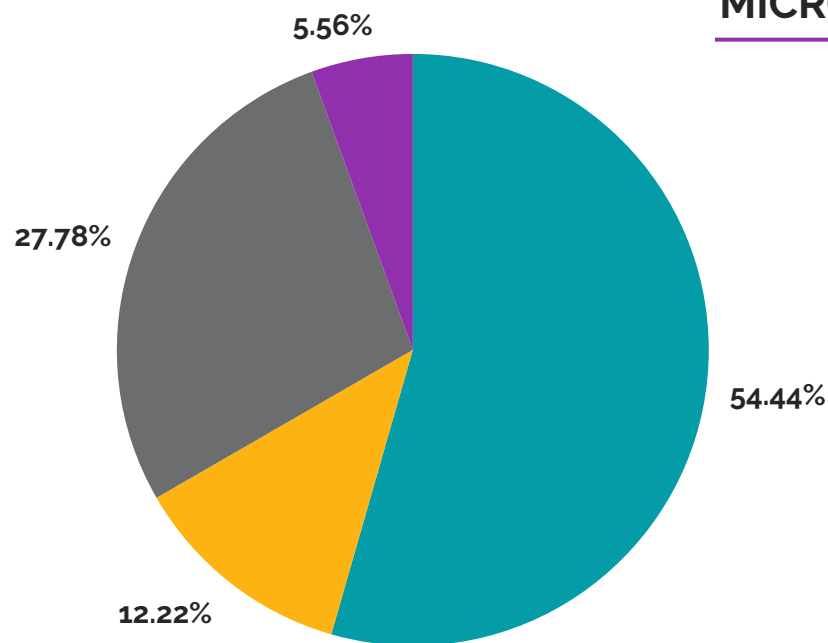


COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS (B2B)

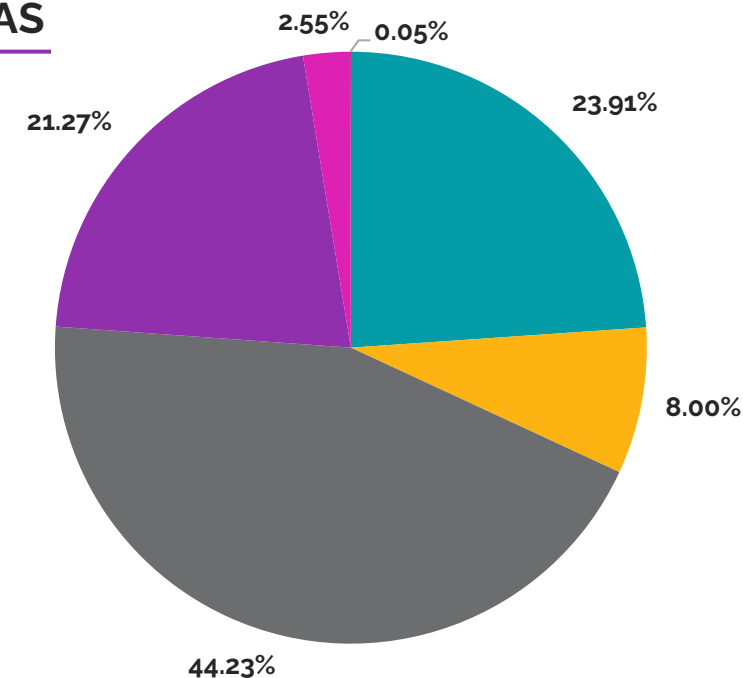
| PORCENTAJE DE VENTAS POR DESTINO

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.

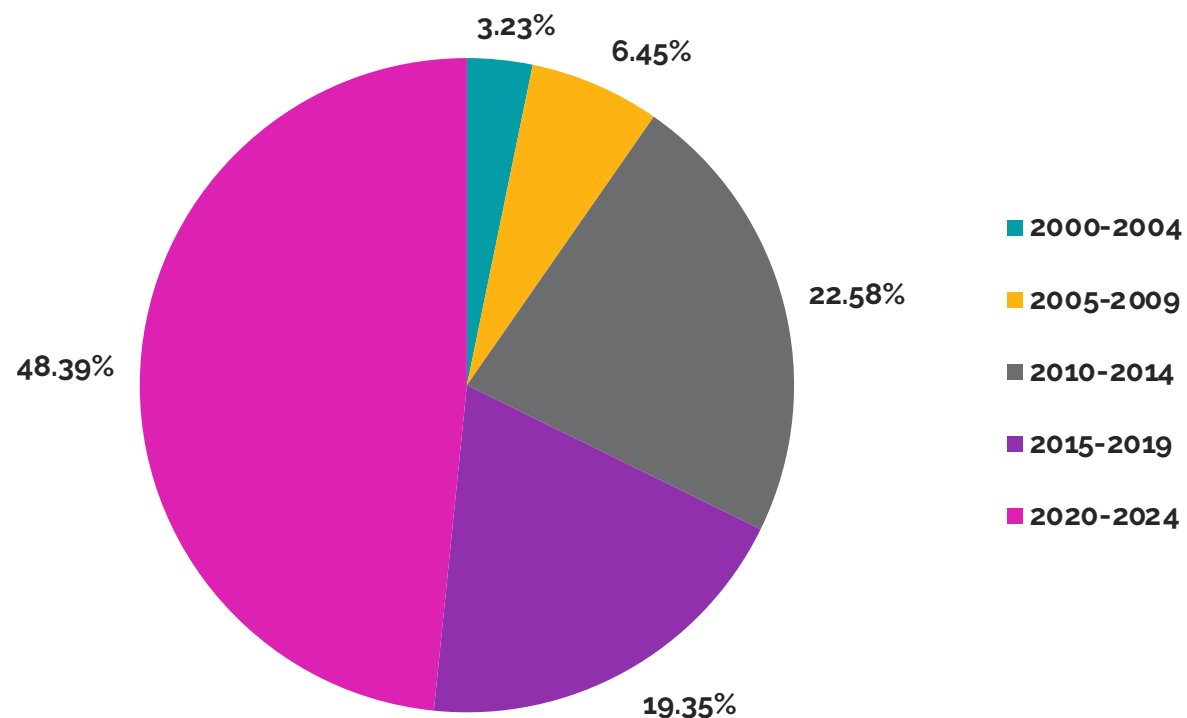
MICRO



PEQUEÑAS Y MEDIANAS



2 | DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS

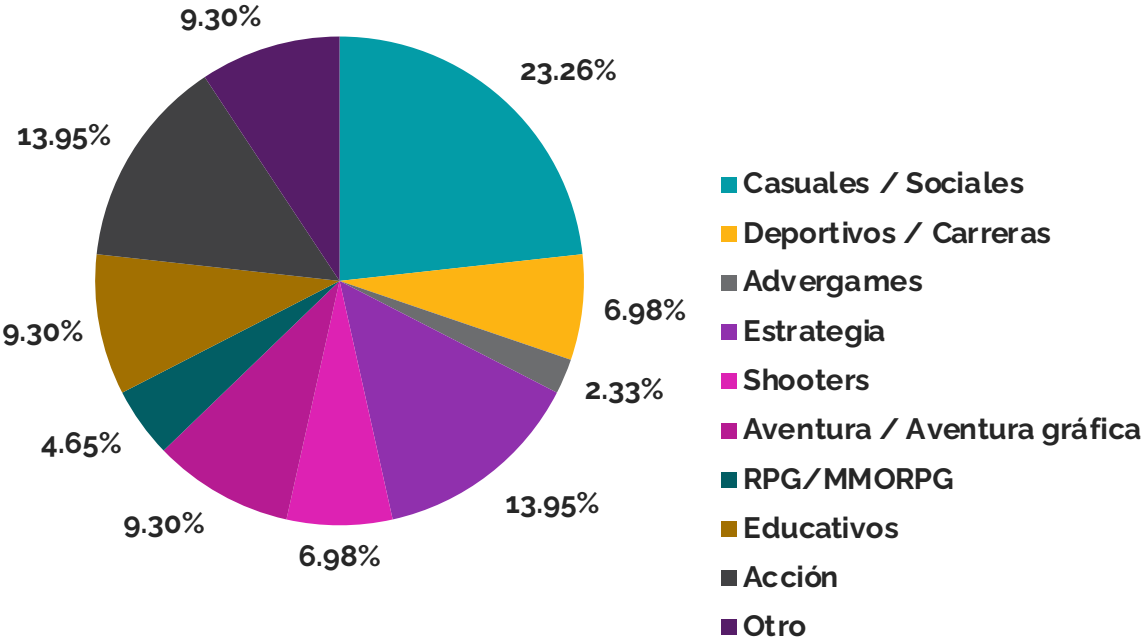


AÑO DE LANZAMIENTO

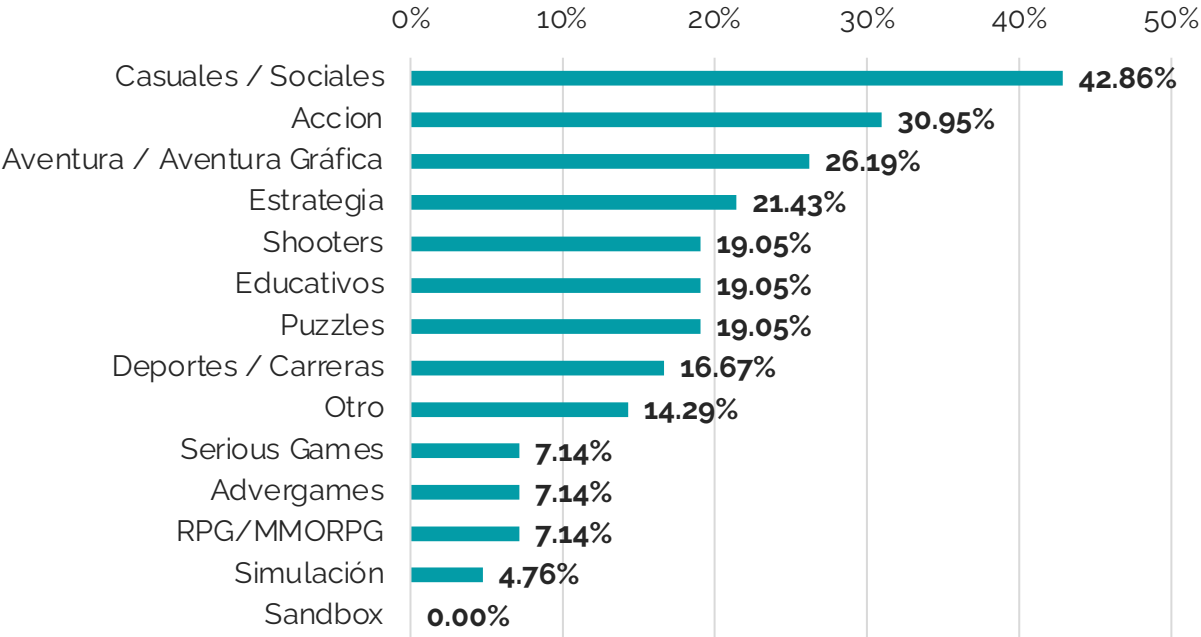
La mayoría lanzó su primer videojuego en el período 2020-2024. El 36.5% contaba con experiencia previa en generación de otro emprendimiento/empresa en temática de videojuegos. La mayoría de los emprendimientos tarda entre 0 y 4 años en lanzar su primer videojuego, siendo 2 años el promedio de tiempo hasta el primer lanzamiento.

El tipo de videojuego que cada emprendimiento reportó como el que más desarrolló en 2023 es de tipo casuales/sociales, seguido de acción y de estrategia. Del análisis de todos los tipos de videojuegos que se desarrollan se puede observar que casi la mitad de los emprendimientos desarrollan videojuegos casuales /sociales, un tercio desarrolla videojuegos de acción, y un cuarto de aventura/aventura gráfica.

PRINCIPAL



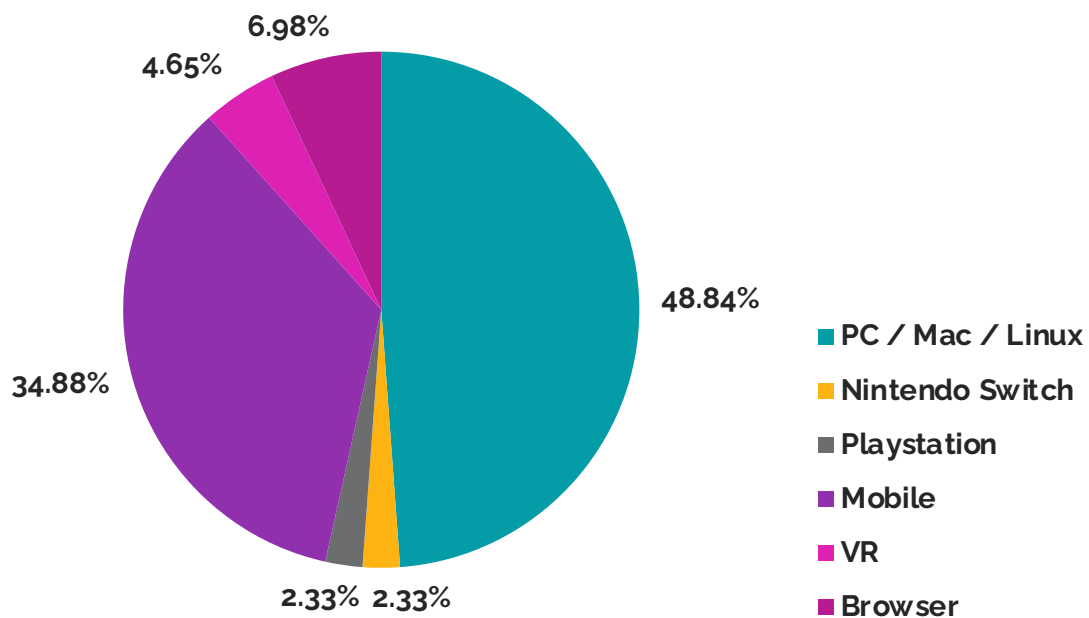
TODOS



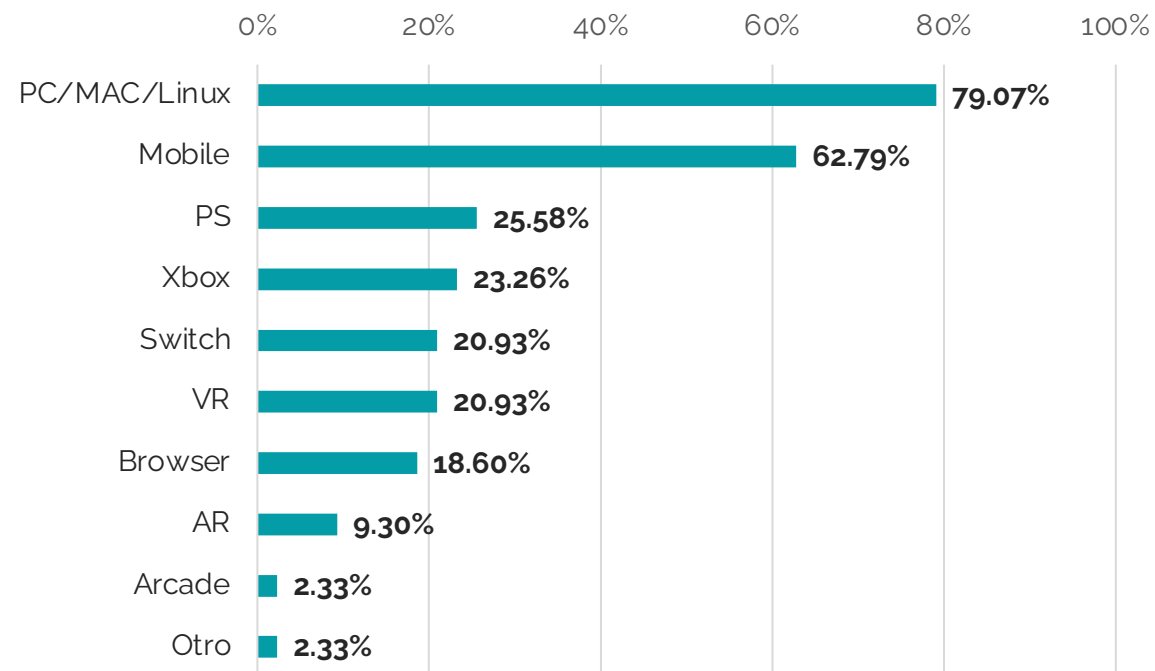
PLATAFORMAS PARA LAS QUE SE DESARROLLAN VIDEOJUEGOS

La plataforma que cada emprendimiento reportó como la principal para la cual desarrolló videojuegos en 2023 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 de los emprendimientos desarrollan para PC/Mac/Linux, y más de la mitad para Mobile.

PRINCIPAL



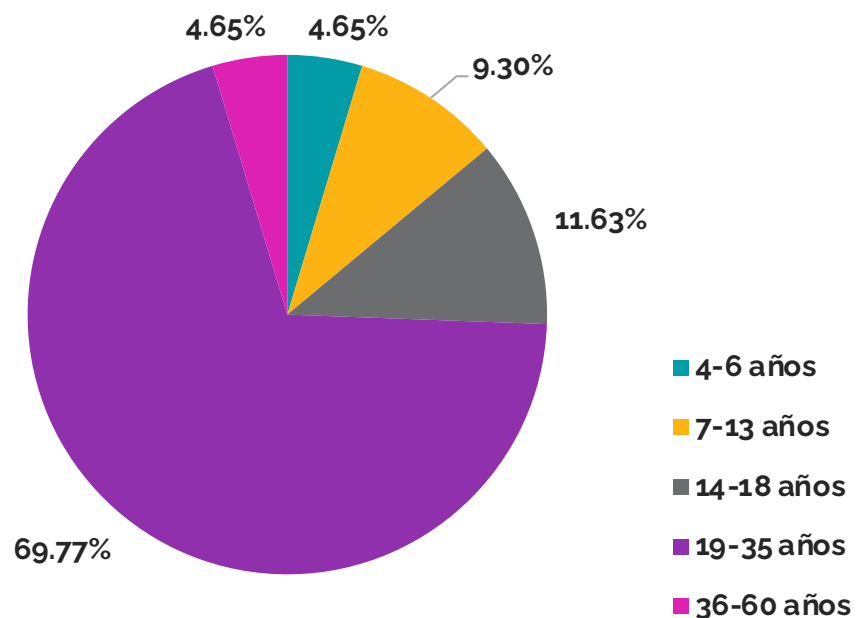
TODOS



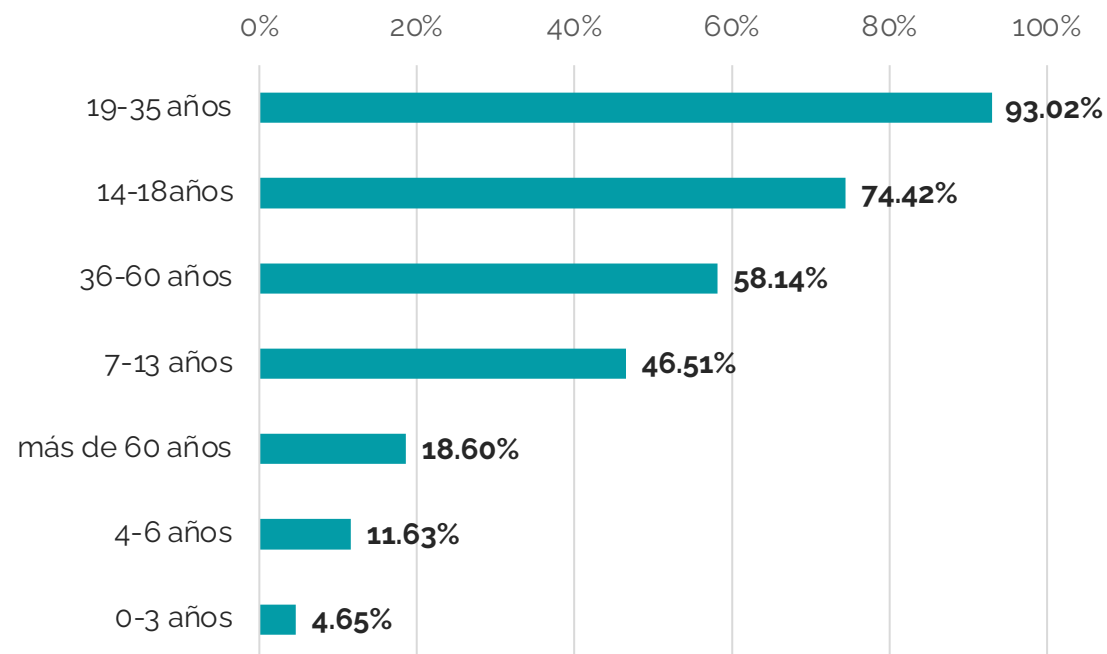
POBLACIÓN OBJETIVO SEGÚN GRUPO ETARIO

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 75% para el de entre 14 y 18 años y más de la mitad para el rango entre 36 y 60 años.

PRINCIPAL



TODOS



3

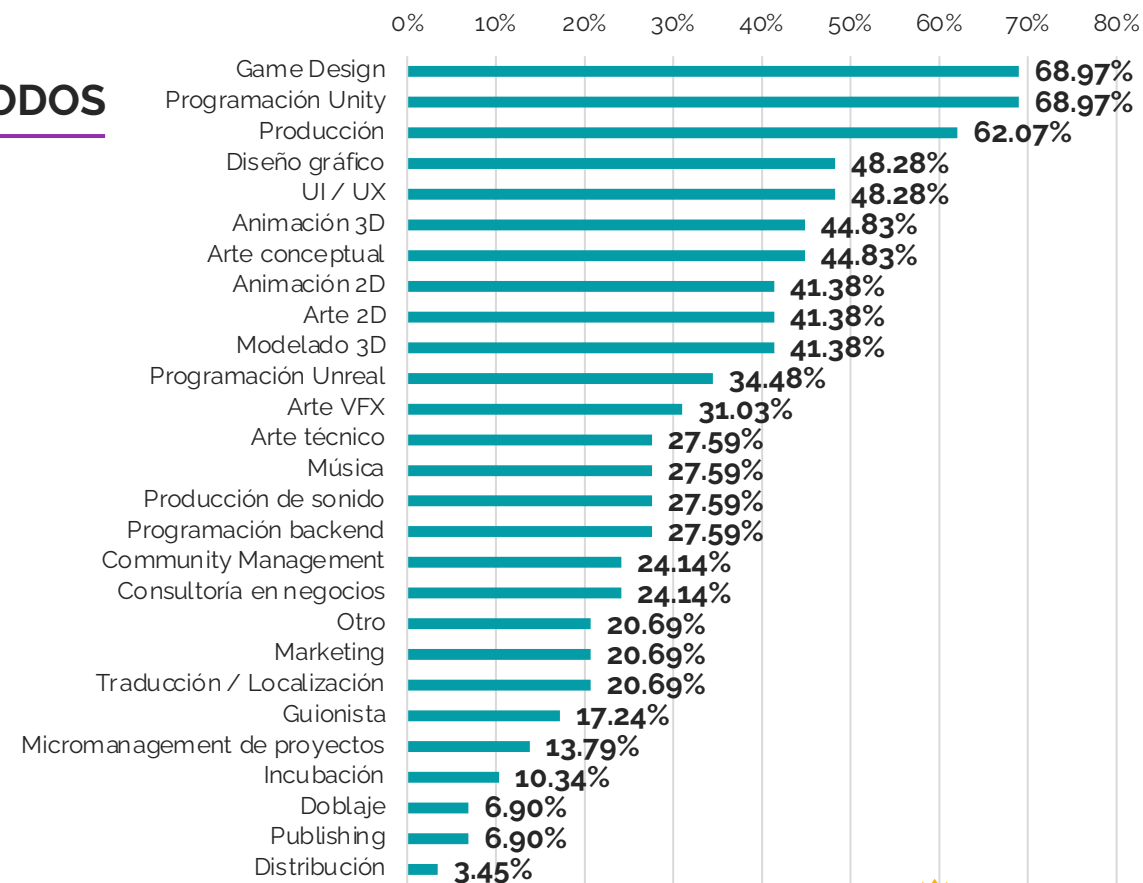
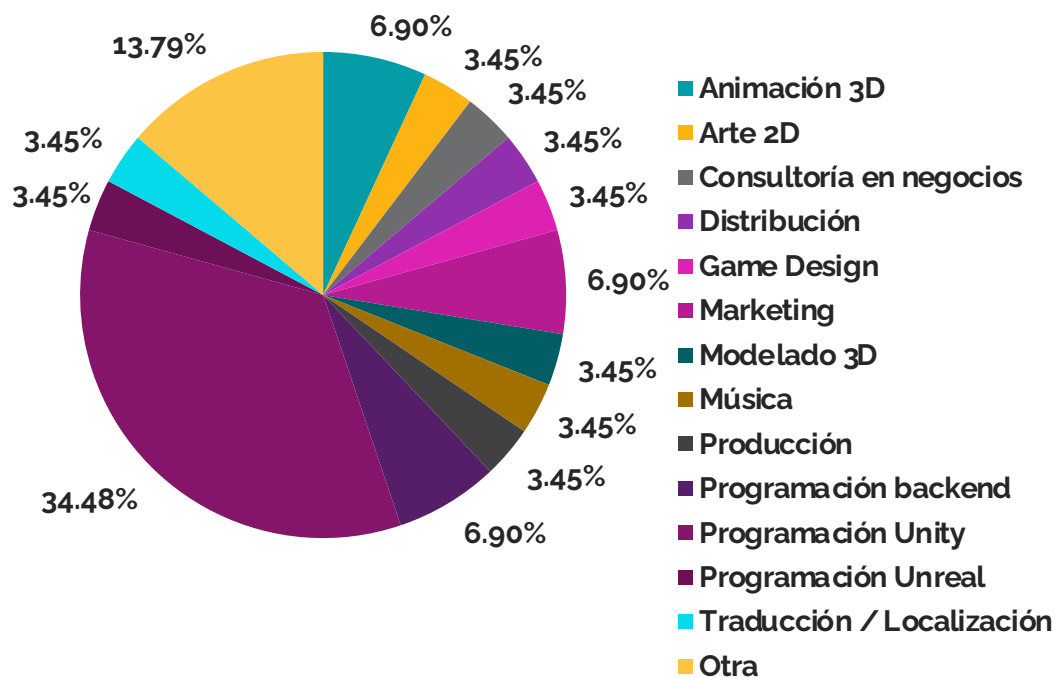
SERVICIOS DE SOPORTE AL DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS

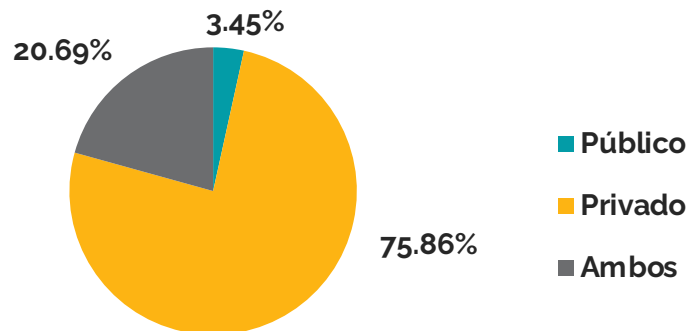
SERVICIOS DE SOPORTE AL DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS

El servicio de soporte al desarrollo de videojuegos que se brinda principalmente es el de programación en Unity. Al preguntarse por todos los servicios de soporte se pudo observar que la mayoría ofrece servicio de *game design* y programación en Unity. Más del 60% ofrece servicio de producción y casi la mitad ofrecen servicios de diseño gráfico y UI/UX. En general, se observa que la oferta de servicios de soporte es amplia.

PRINCIPAL

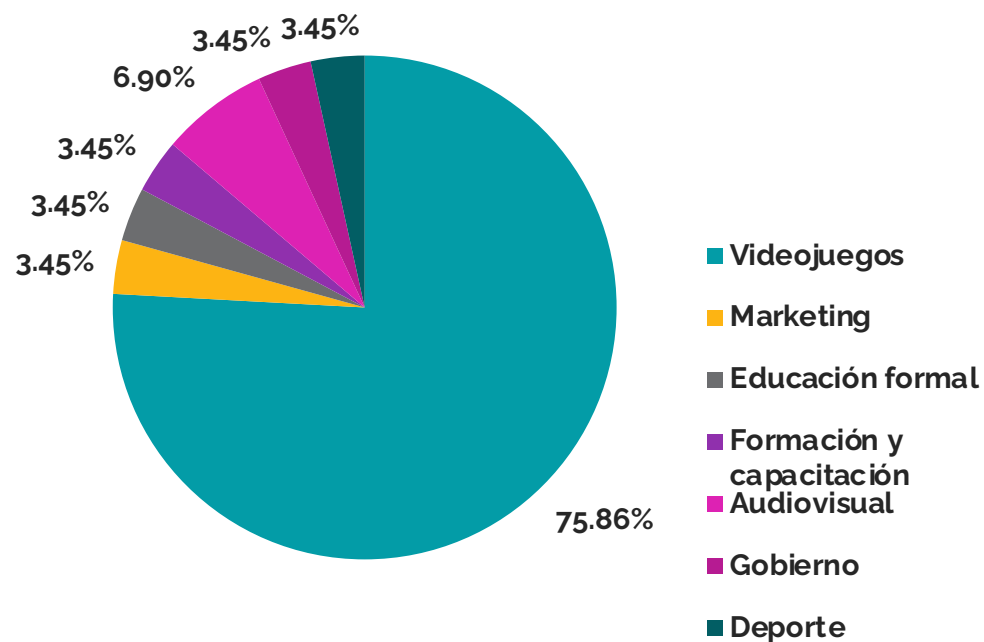
TODOS



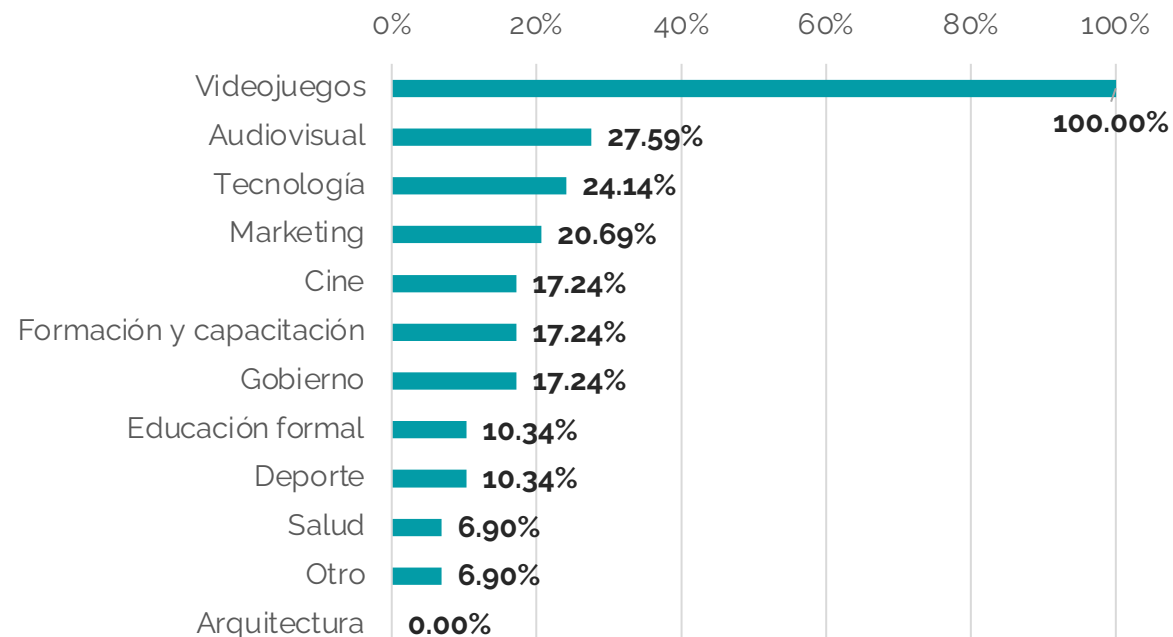


En relación a los ámbitos, industrias y sectores para los que se brindan servicios, se puede observar que la mayoría ofrece servicios para el ámbito privado y para la misma industria de videojuegos.

PRINCIPAL

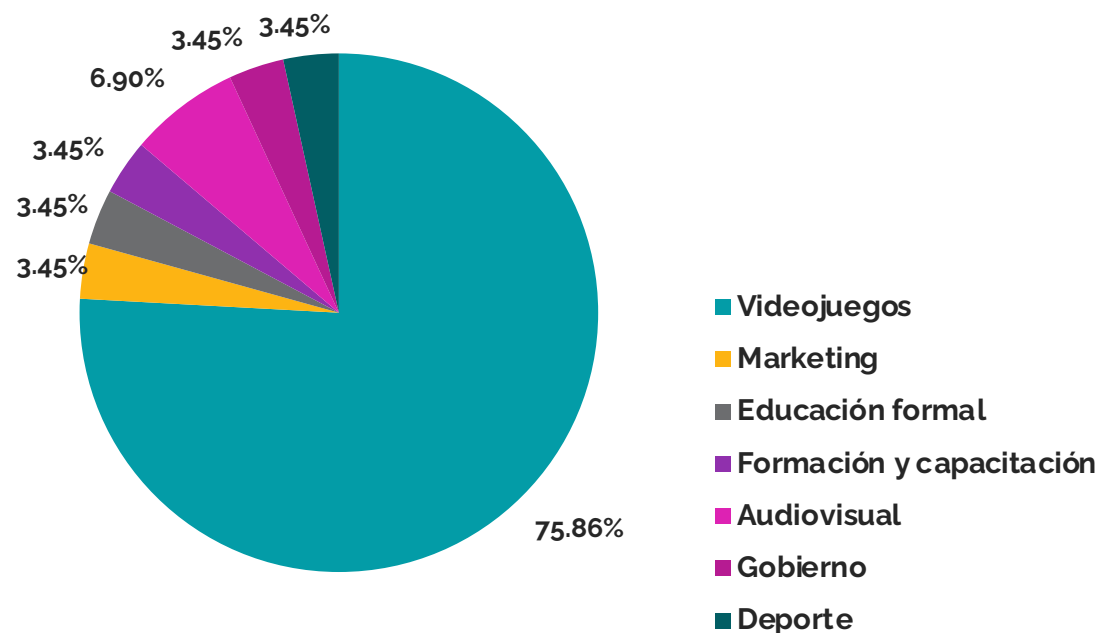


TODOS



En lo referido a la tipología de cliente, se observa que el principal es otro emprendimiento de videojuegos y también se brinda soporte a *publishers*, empresas y compañías de publicidad, entre otros.

PRINCIPAL



TODOS



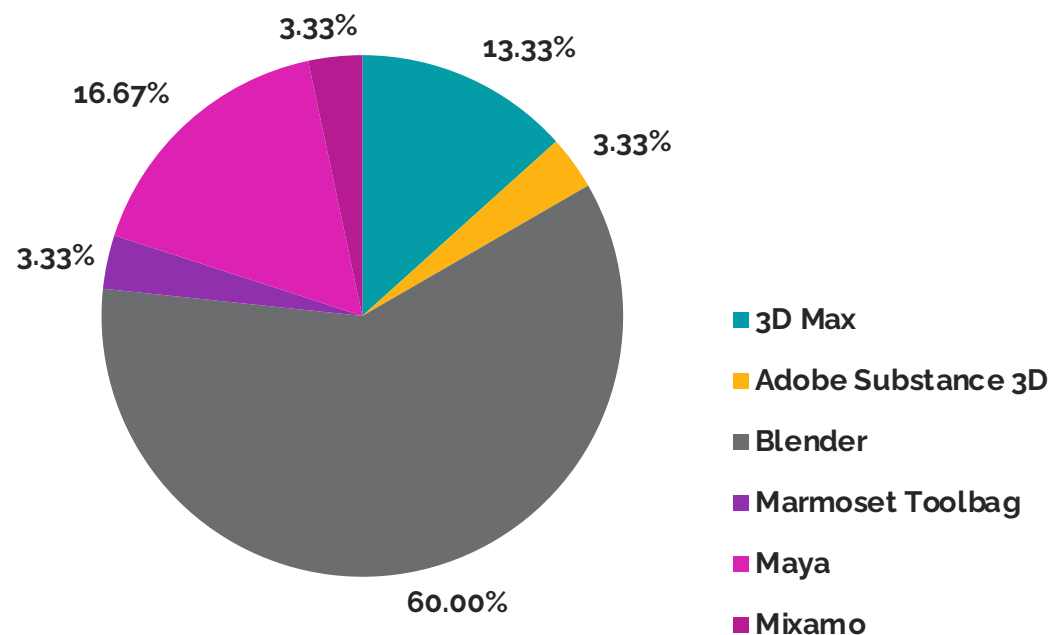
4

HERRAMIENTAS

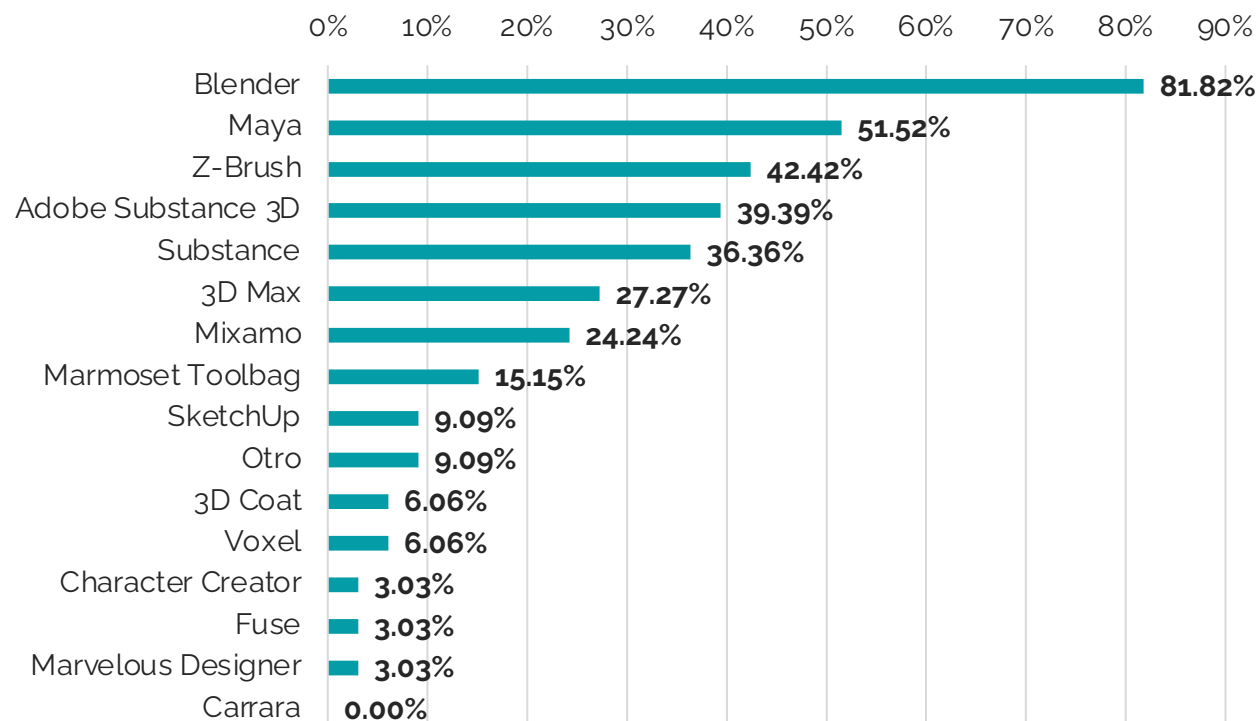
PROGRAMAS PARA DESARROLLAR ARTE Y ANIMACIÓN 3D

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

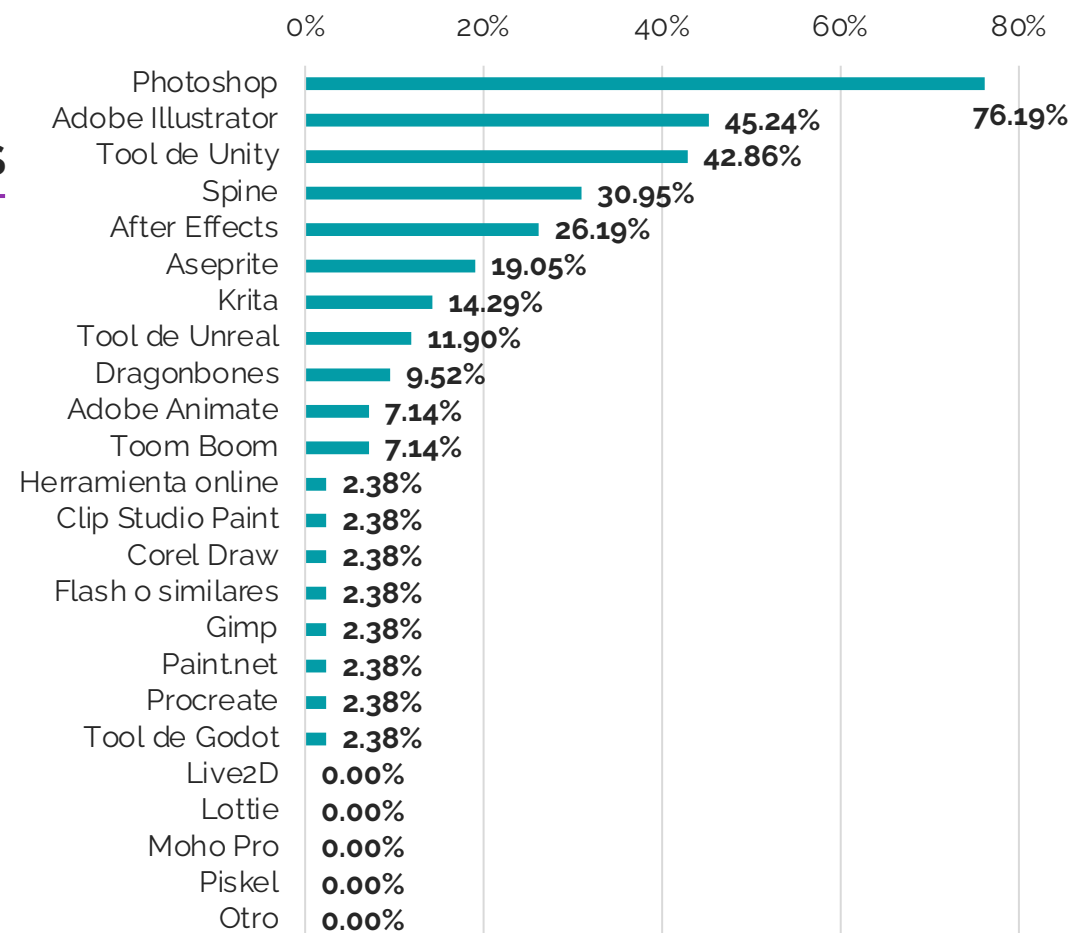
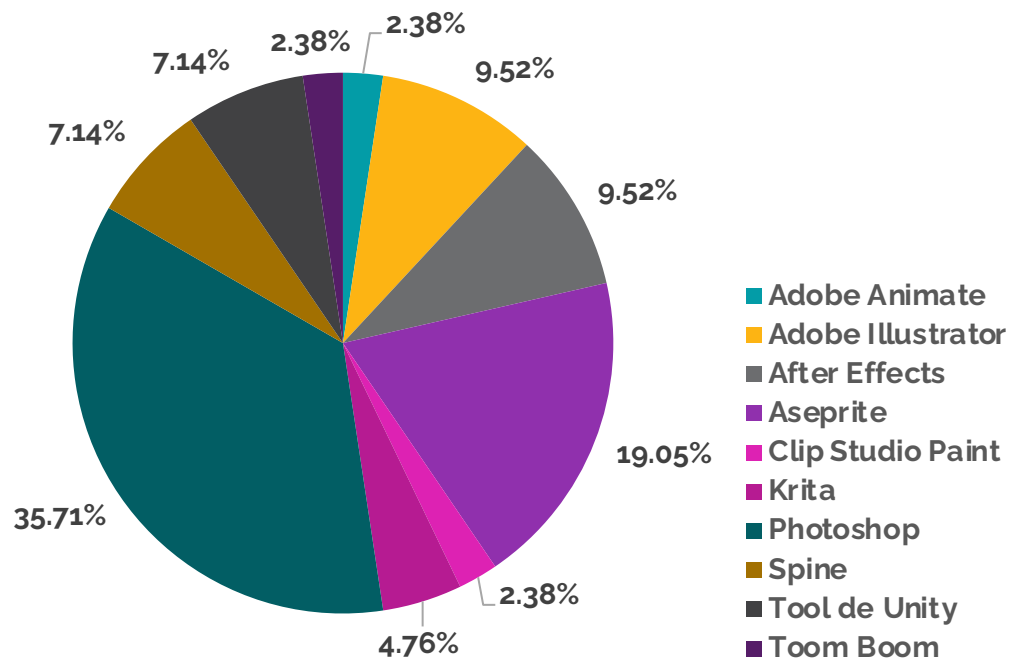


PROGRAMAS PARA DESARROLLAR ARTE Y ANIMACIÓN 2D

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 y la Tool de Unity.

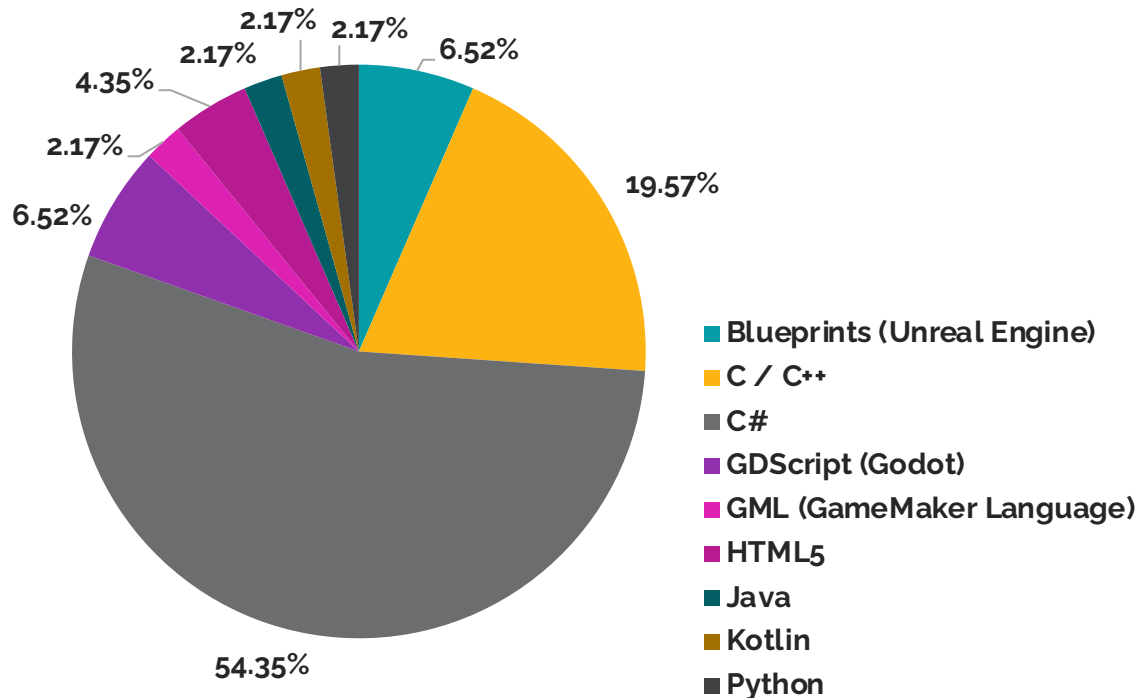
PRINCIPAL

TODOS

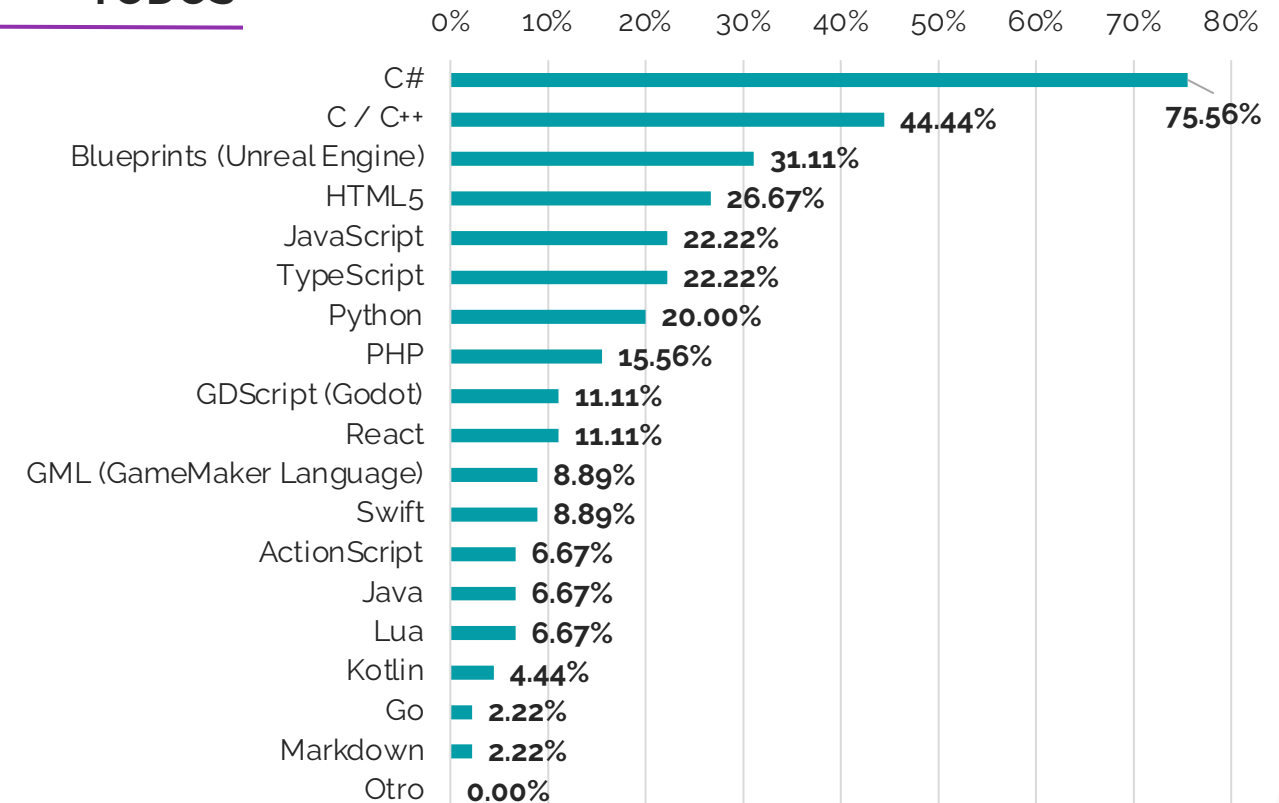


El lenguaje de programación que principalmente se utiliza es C#. Además, al indagarse por el uso de todos los lenguajes de programación se puede observar que también se utilizan C/C++ y Blueprints (Unreal Engine).

PRINCIPAL

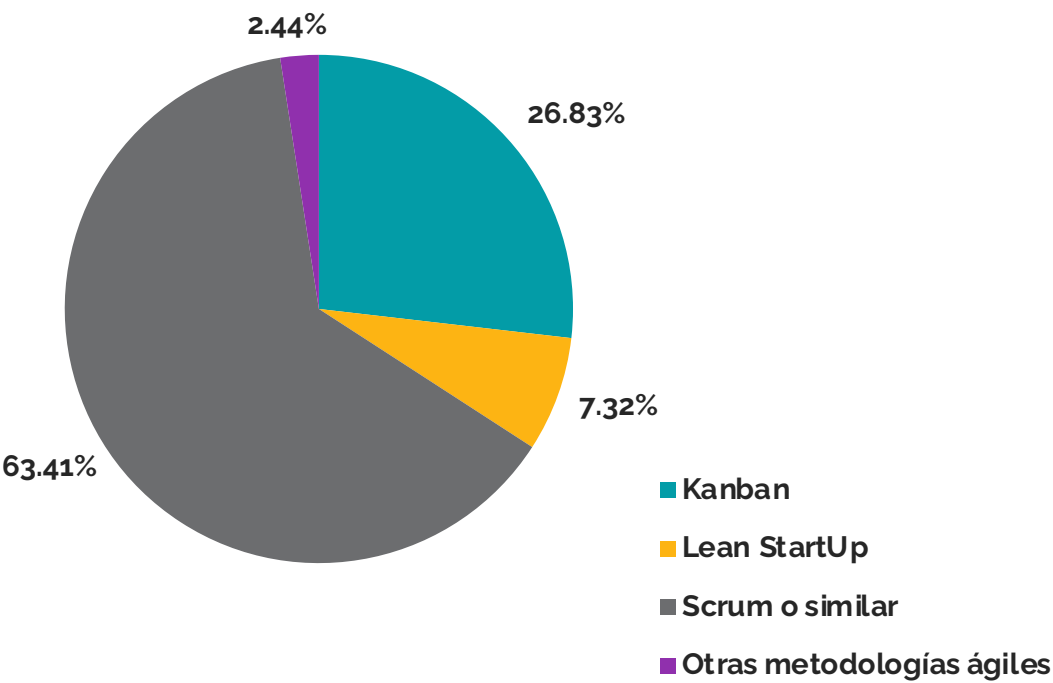


TODOS

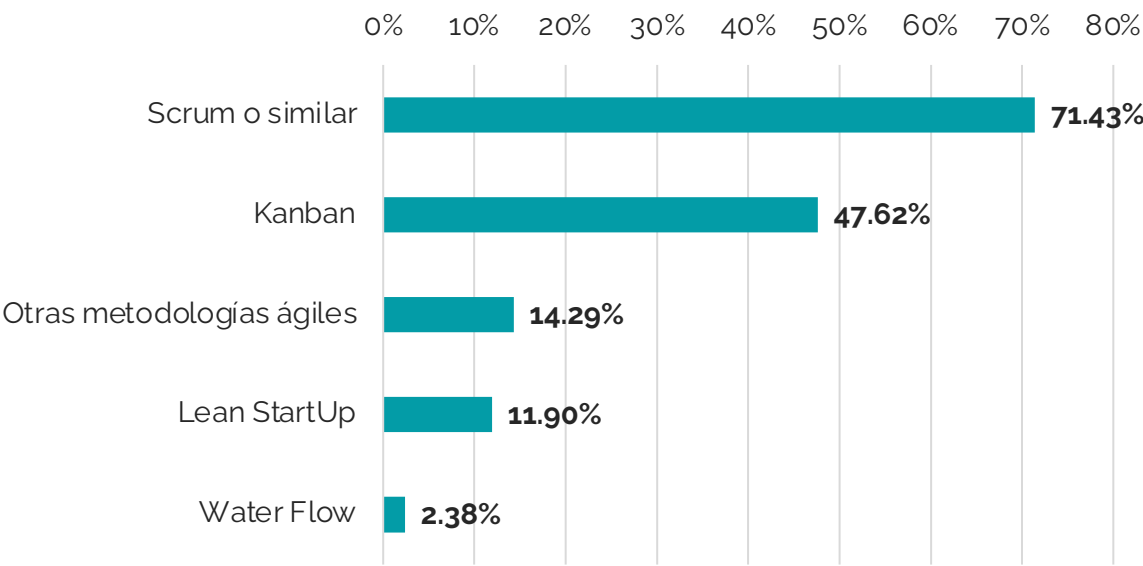


La metodología de producción que se utiliza principalmente es Scrum o similar. Al indagarse por el uso de todas las metodologías de producción se puede observar que también se utiliza Kanban.

PRINCIPAL

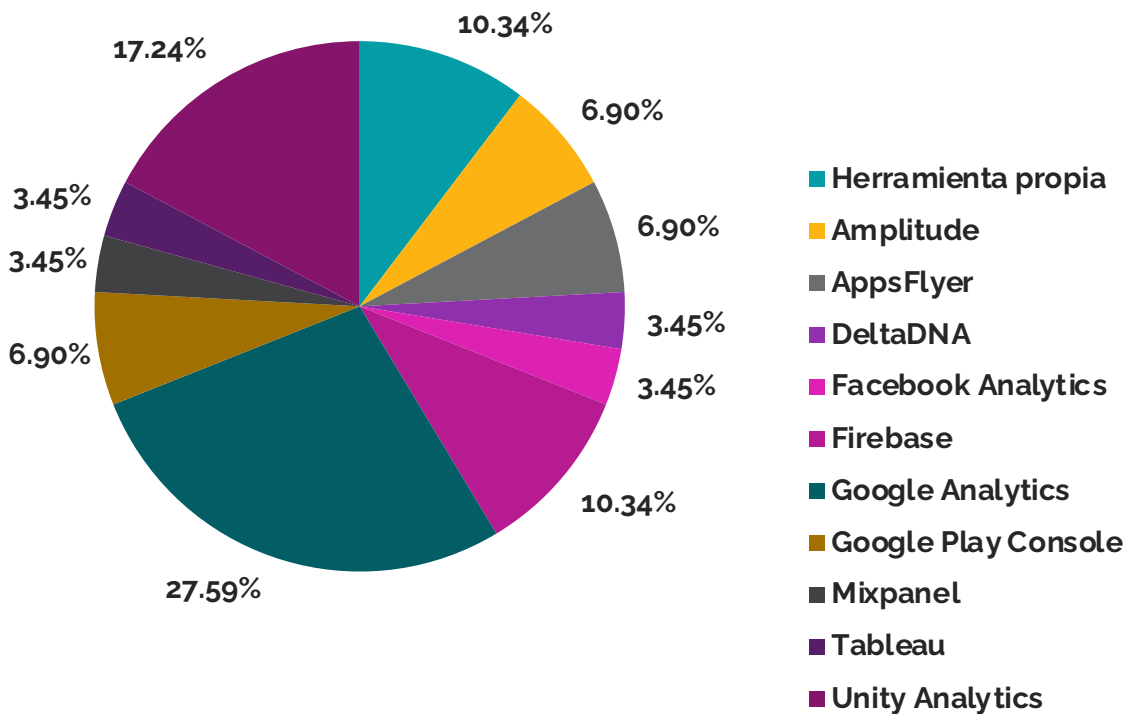


TODOS

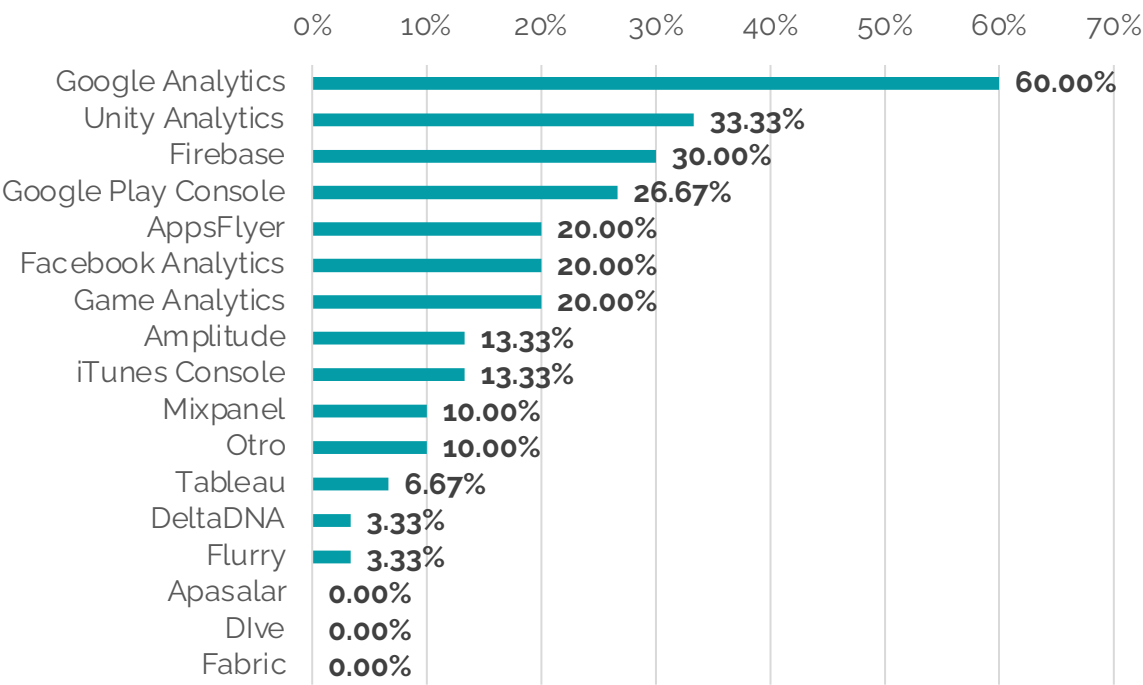


El motor de análisis que se utiliza principalmente es Google Analytics. En cuanto al uso de todos los motores de análisis se puede observar que también se utiliza Unity Analytics, Firebase y Google Play Console.

PRINCIPAL



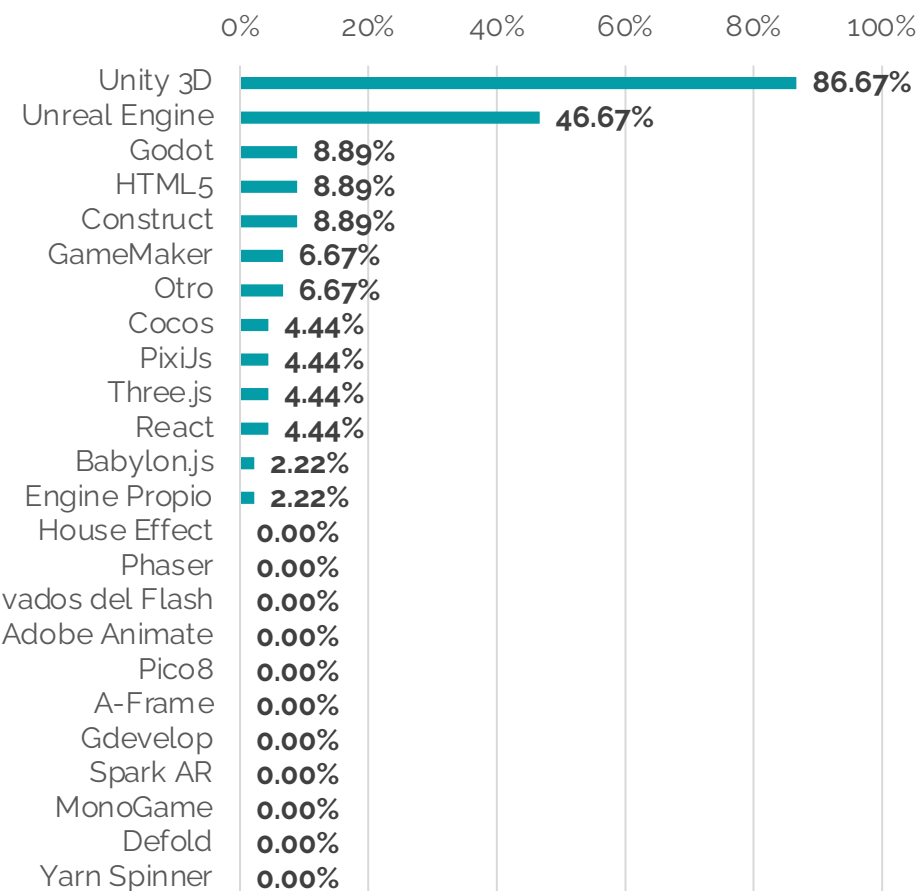
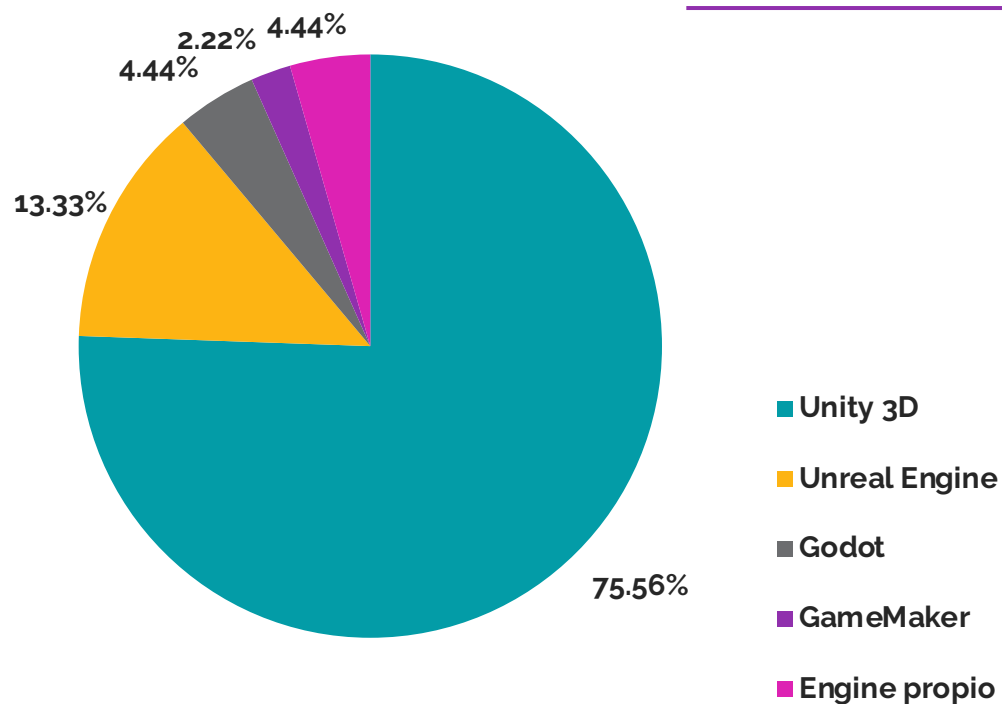
TODOS



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. Asimismo, el 13.5% reportó considerar cambiar de tecnología en los próximos seis meses. De ellos, el 50% dijo que cambiaría a Unreal Engine y el 27.78% a Godot. El resto no sabía a cuál cambiaría o elegiría otros frameworks/engines (HTML5, Cocos, Adobe Animate, Flutter).

PRINCIPAL

TODOS



5 | RECURSOS HUMANOS

TAMAÑO ESTIMADO DE LA INDUSTRIA*

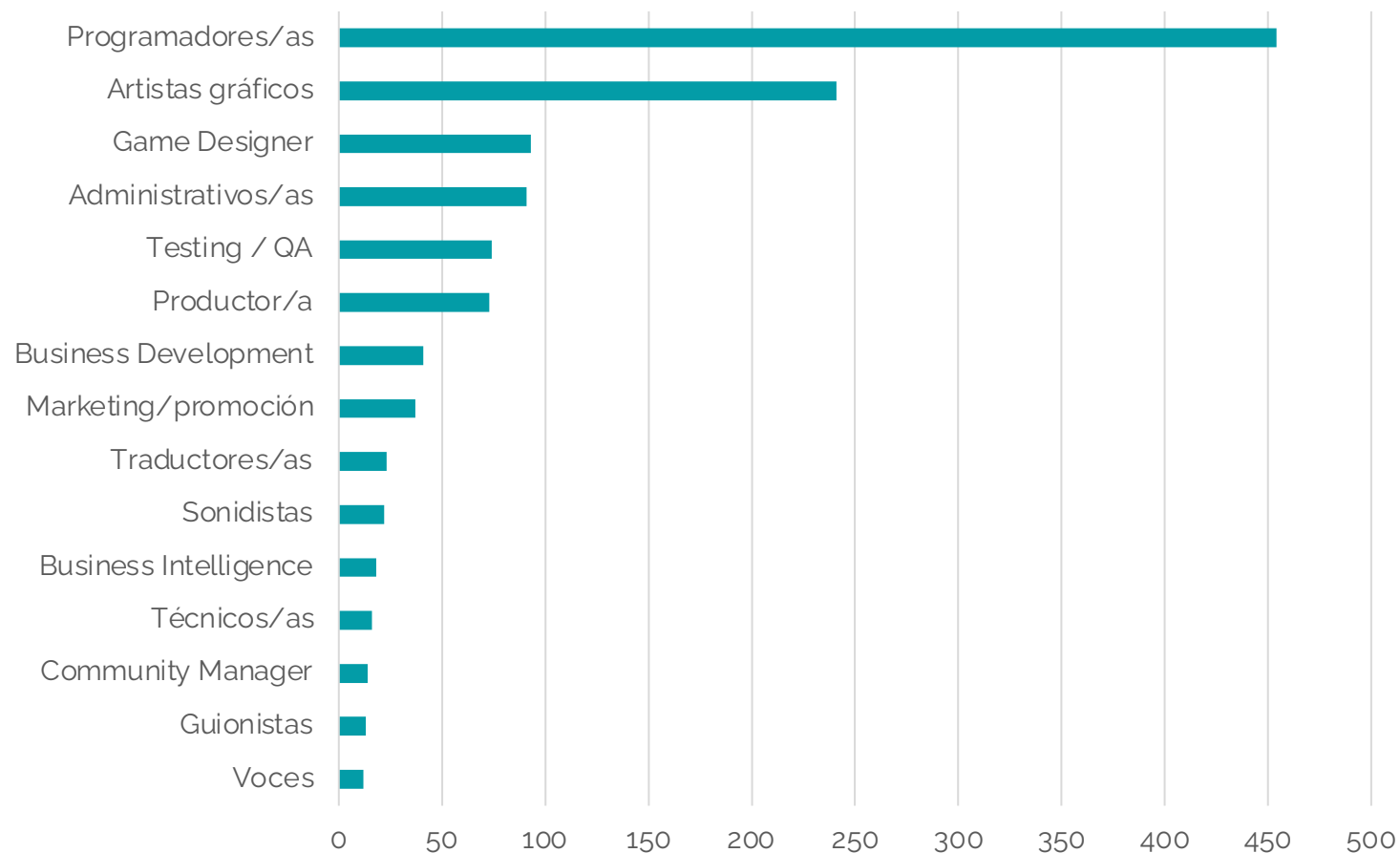
U\$S 95.049.600

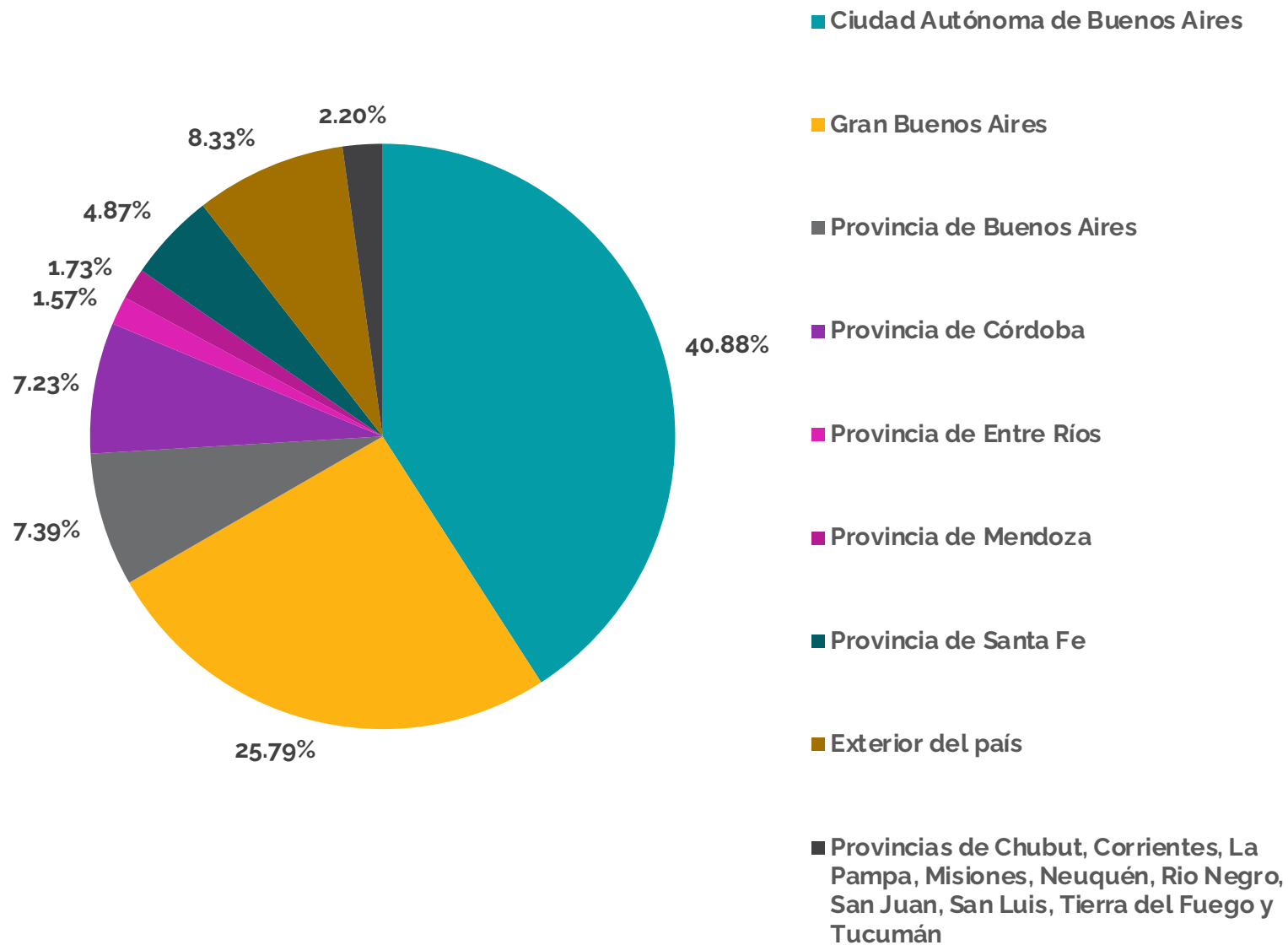
*ESTIMACIÓN BASADA EN LA CANTIDAD DE
RRHH EN ACTIVIDAD

RRHH 1686

Se registró un total de 1686 recursos humanos en actividad. El rol profesional más frecuente es el de programador/a, seguido de artista gráfico, game designer, administrativo/a, testing/QA y productor/a. En base al rol profesional y los cargos directivos registrados, se estima un tamaño de la industria valuado en U\$S 95.049.600.

TRABAJADORES POR ROL PROFESIONAL





El 75.51% dijo tener empleados/as que trabajan de manera remota en una locación distinta a la ubicación de la empresa/ emprendimiento. La ubicación geográfica más frecuente de los empleados/as remotos/as es Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires.

ESPECÍFICOS: MÁS VALORADOS

- 1º Inglés oral y/o escrito
- 2º Diseño de juegos
- 3º Conocimiento de programación
- 4º Uso de sistemas de versionado como Git
- 5º Conocimiento de metodologías ágiles como Scrum
- 6º Uso de planillas de cálculo
- 7º Conocimiento de Testing (QA)
- 8º 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 cultura lúdica, saber sobre el desarrollo de negocios y tener conocimientos multidisciplinarios. Otros conocimientos/habilidades que se consideran importantes son Arte y Habilidades Interpersonales.

ADICIONALES: MÁS VALORADOS

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



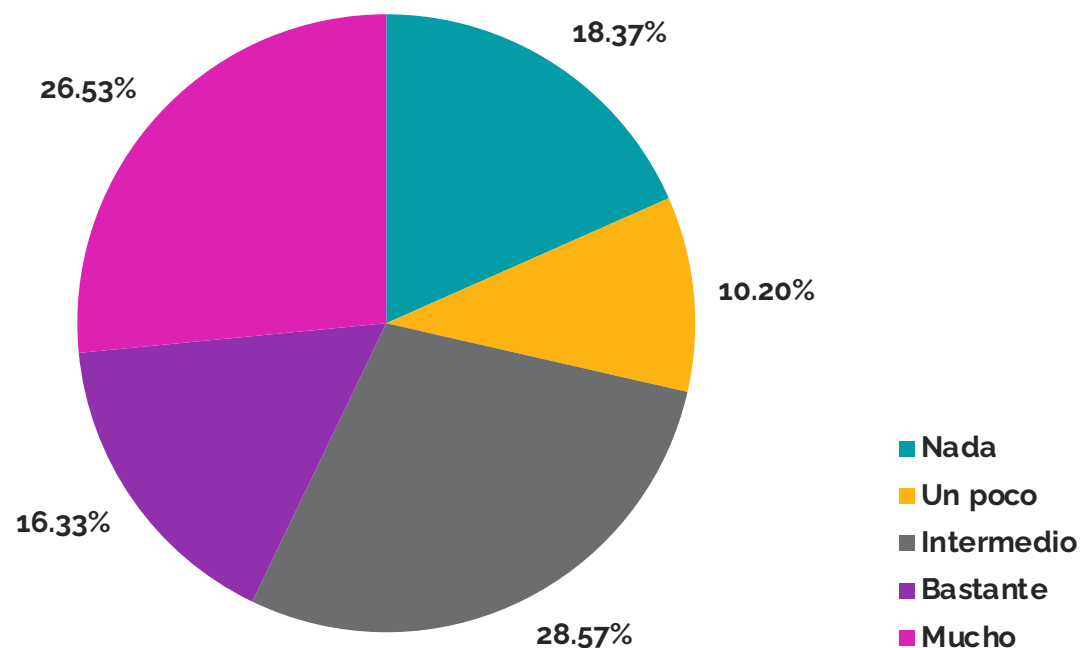
El 18.15% de los/as empleados/as cuentan con una carrera universitaria en curso o incompleta y el 17.67% con una carrera universitaria completa.

En relación a 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.

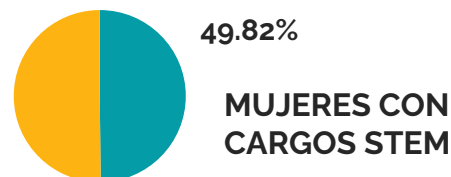
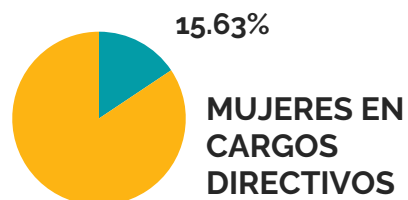
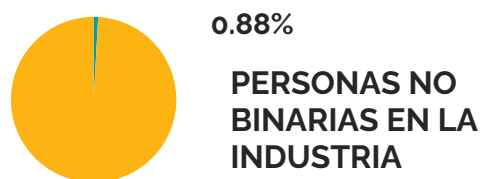
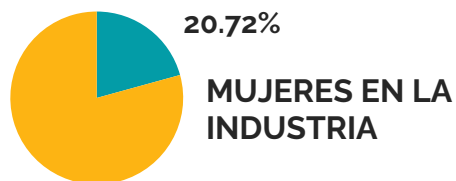
PERFILES MÁS DIFÍCILES DE CONSEGUIR

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

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



El 20.72% de los participantes de la industria son mujeres y el 0.88% son personas no binarias. Las mujeres ocupan el 15.63% de los cargos directivos y en el caso de las personas no binarias ese porcentaje descende al 1.25%. Del total de mujeres, el 49.82% tiene un cargo STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).



Durante el 2023, el **22.4%** de las empresas/emprendimientos realizaron acciones para la reflexión sobre temáticas de diversidad y género.

EJEMPLOS DE ACCIONES PARA LA REFLEXIÓN:

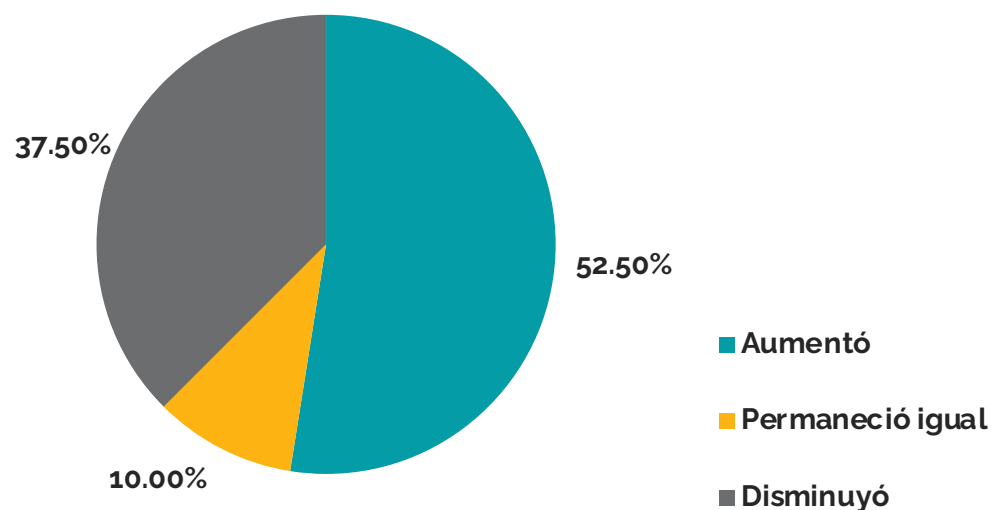
- Eventos de reconocimiento de logros y trayectorias de mujeres
- Cursos y charlas de capacitación sobre género y diversidad
- Recursos y apoyo para procesos de transición
- Inclusión de la perspectiva de género y la diversidad en la temática de los videojuegos
- Inclusión de personajes de género diverso en los videojuegos
- Implementación de protocolos y normativas de conducta ética interna
- Contratación de mujeres guionistas para revisar y ajustar el contenido del guión

6

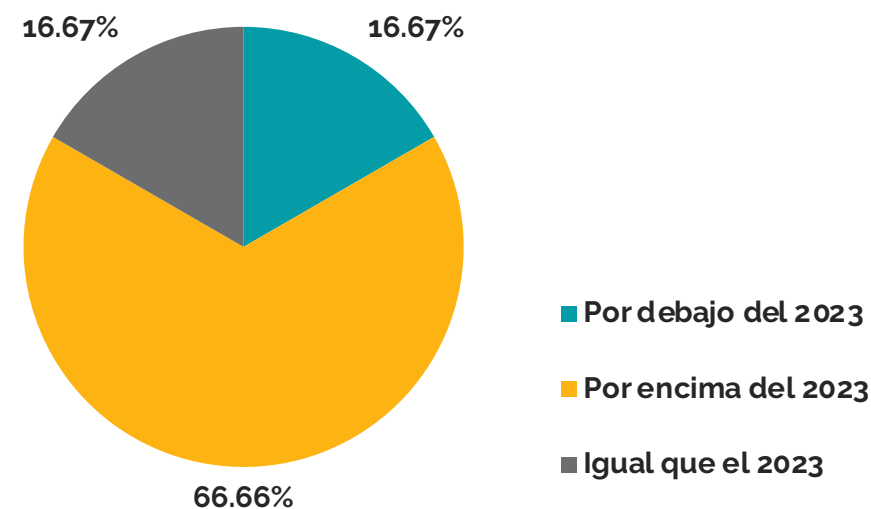
**ESTRUCTURA
Y CRECIMIENTO**

Para la mayoría, la facturación en 2023 superó a la facturación del 2022. Además, la mayoría proyecta que en el 2024 su facturación aumentará. Entre quienes proyectan una disminución de facturación en 2024, en promedio estiman una baja promedio del 57.5%, y quienes proyectan un aumento estiman un incremento del 73.5%.

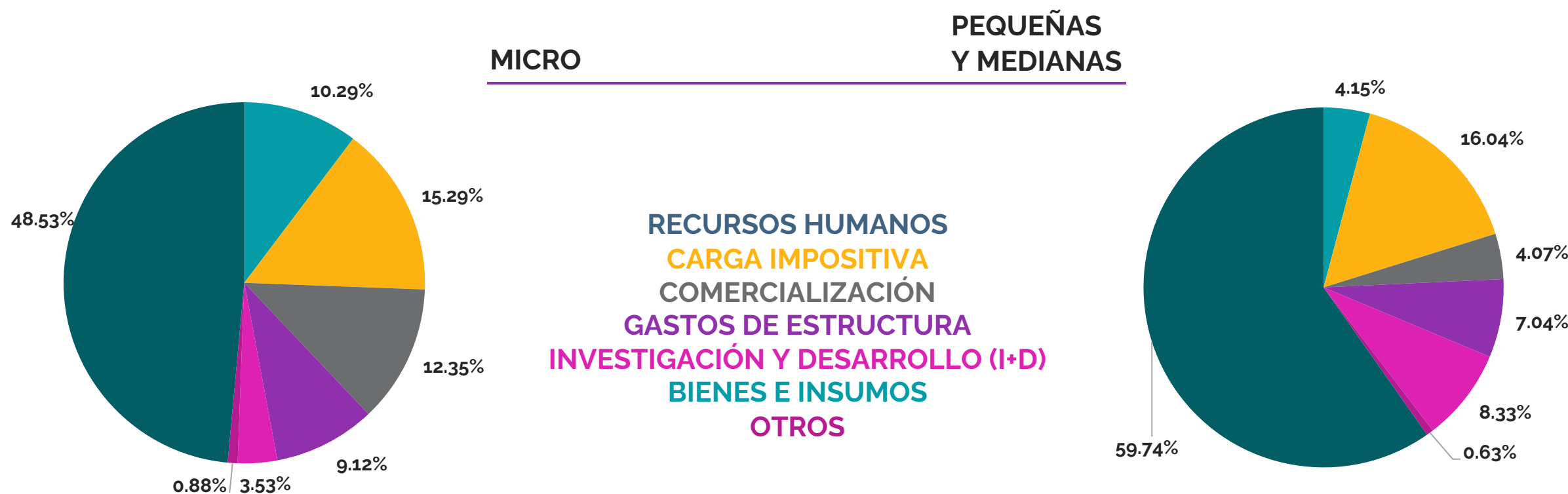
FACTURACIÓN DEL 2023 COMPARADA CON LA DEL 2022



PROYECCIÓN DE FACTURACIÓN PARA 2024

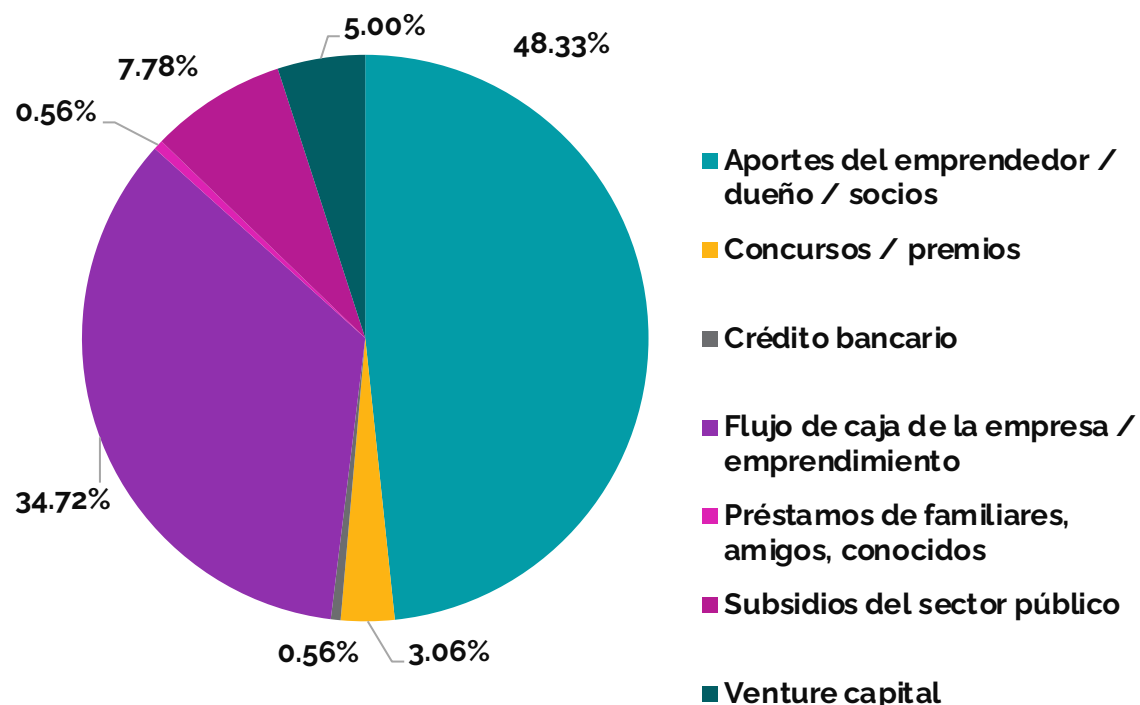


Tanto en las micro, como en las pequeñas y medianas, el mayor porcentaje de costos está destinado a los recursos humanos. Además, las micro reportaron haber reinvertido en promedio el 50.83% de utilidades, y, en el caso de las pequeñas y medianas ese porcentaje asciende al 83.21%.

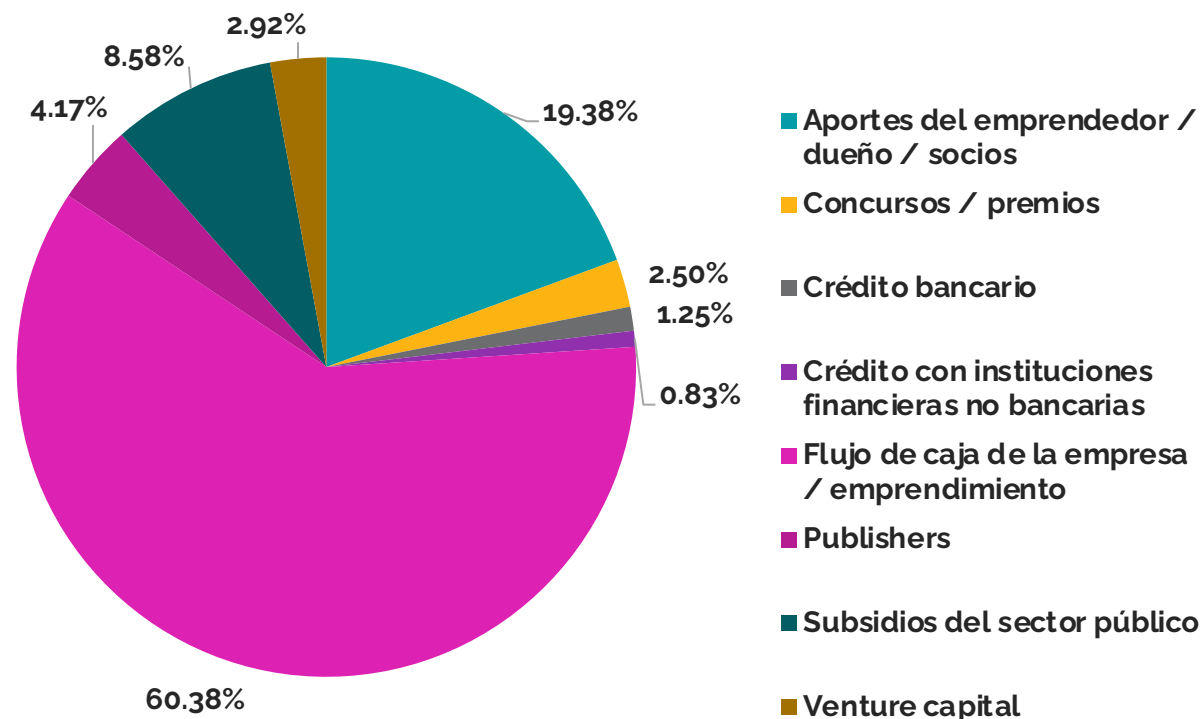


La fuente de financiamiento principal para las micro son los aportes del emprendedor/dueño/socios. En el caso de las pequeñas y medianas, la principal fuente de financiamiento es el flujo de caja de la empresa / emprendimiento.

MICRO

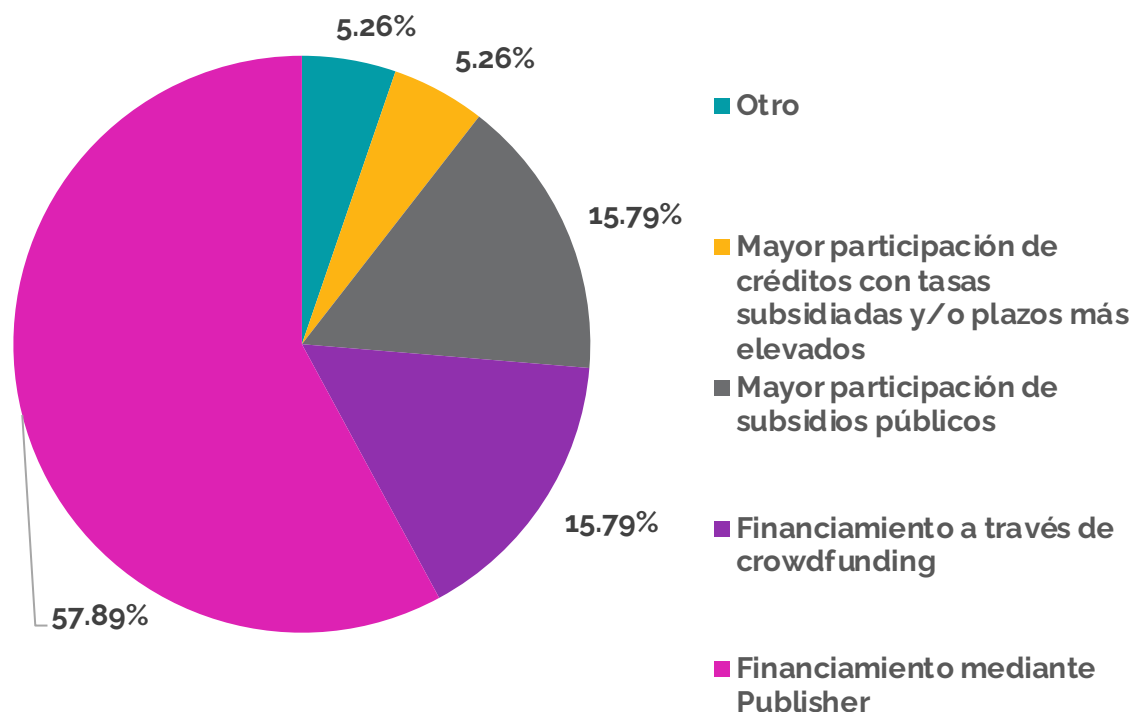


PEQUEÑAS Y MEDIANAS

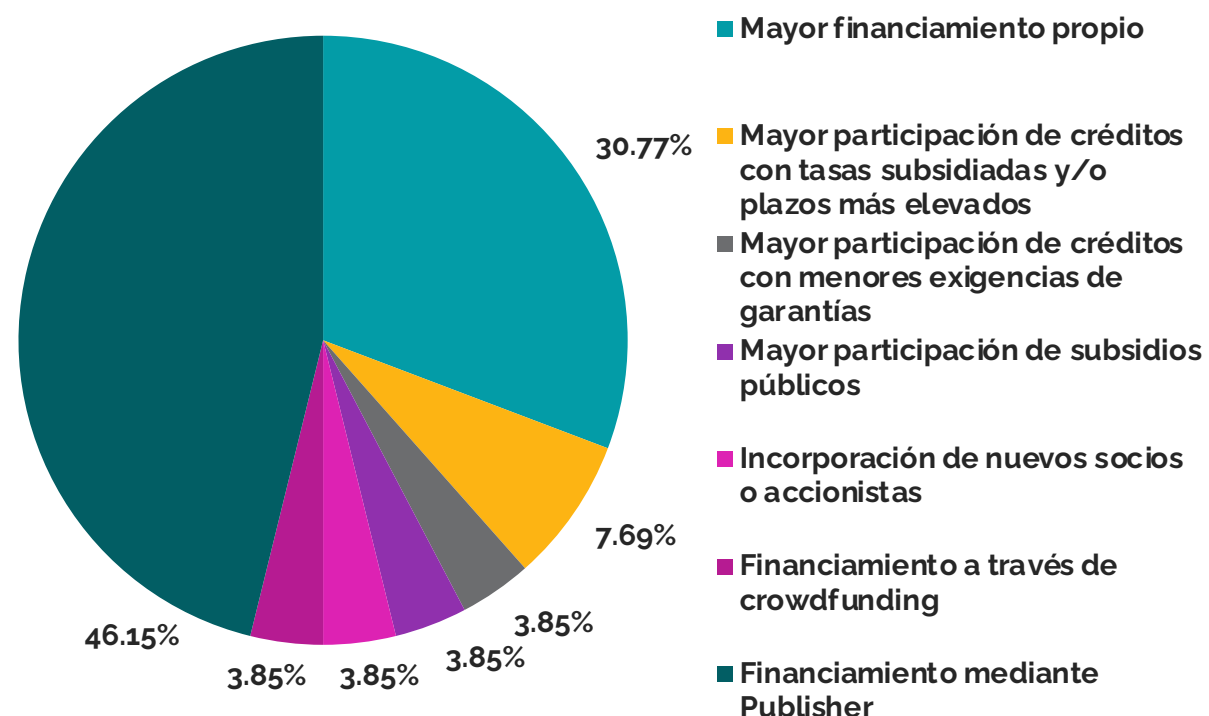


Tanto en las micro como en las pequeñas y medianas, la fuente de financiamiento más deseada es el financiamiento mediante un Publisher. Además, el 63.16% de los estudios micro afirma haberse perdido de hacer inversiones o llevar adelante proyectos por falta de fondos. En el caso de las pequeñas y medianas el porcentaje desciende a 26.67%.

MICRO



PEQUEÑAS Y MEDIANAS



El principal obstáculo percibido para el desarrollo de la actividad es la inestabilidad económica. Le siguen la dificultad para los pagos y cobros en el exterior y el acceso al financiamiento.

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



UNRaf
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
RAFAELA



Contacto: observatorio.vj@unraf.edu.ar

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

