

St Adobe Stock

Guía del colaborador de Adobe Stock



Sobre Adobe Stock

Adobe Stock conecta a los colaboradores con clientes que buscan imágenes, vectores y vídeos únicos de gran calidad para mejorar sus proyectos creativos.

Con un Marketplace sustentado por la mayor comunidad creativa del mundo, Adobe Stock ofrece fotografías, ilustraciones, diseños, vídeos, plantillas, elementos 3D y audio, además de la Colección Premium directamente en las aplicaciones de Creative Cloud. El equipo de Adobe Stock se encarga de seleccionar, gestionar y promocionar estos contenidos. Somos un equipo global con oficinas en Londres, París, Berlín, Tokio, Nueva York, Seattle y San Francisco.

Los contenidos de Adobe Stock son creados por diseñadores, fotógrafos, videógrafos, animadores, artistas, tanto aficionados como profesionales. Con esta guía pretendemos ayudarte a familiarizarte con Adobe Stock, darte recursos para que puedas empezar e inspirarte en tu camino.



Índice

Sobre Adobe Stock.	2	Consigue permisos: Contratos de modelo	19
Información básica	4	Consigue permisos: Autorización de propiedades . .	20
Creatividad que trabaja para ti.	5	Marca registrada	21
Muestra tus creaciones	6	Sube tu contenido	22
Diseñado para creativos	7	Sube tus trabajos.	23
Saca rendimiento a Adobe Stock	8	El proceso de revisión.	24
Lo que vende	9	Mejora tu contenido	25
Pon tu mejor contenido en el mapa	10	Tus ganancias	27
Emociona a tus compradores	13	Pagos.	28
Ayuda a los clientes a encontrar tu contenido. .	16	Impuestos	29
Protégete a ti y a los demás	17	Recursos adicionales	30
Uso de material con copyright	18	Enlaces de utilidad.	31

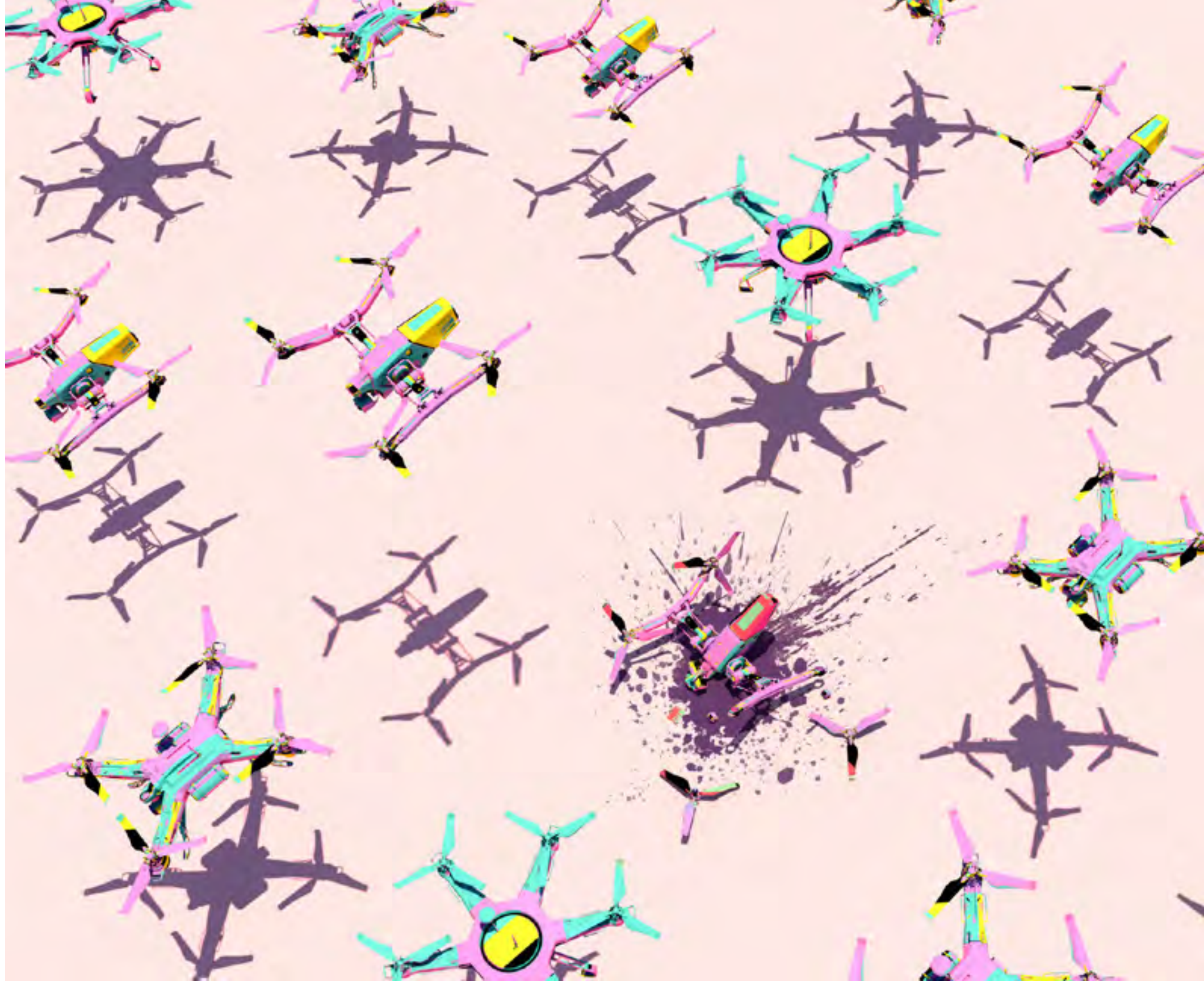
ESTA GUÍA ES UN PDF INTERACTIVO. HAZ CLIC EN LOS NÚMEROS DE LAS PÁGINAS (ARRIBA) PARA IR DIRECTAMENTE A ESA SECCIÓN. LAS **NEGRITAS** SON ENLACES.

© 2017 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Adobe, the Adobe logo, Adobe Premiere, Creative Cloud, Illustrator, InDesign, and Photoshop are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners. This guide may not be reproduced, displayed, published, or redistributed without written permission from Adobe. Copyright of each image in this guide belongs to the artist who created it or the artist's designee. All images are licensed through Adobe. Links or references to third-party sites are not intended to be endorsements. Adobe is not responsible for the content of such third-party sites. Nothing in this guide is intended to be legal advice. Adobe makes no warranties or representations related to this guide's accuracy or its fitness for any particular purpose



St Adobe Stock

Información básica



Creatividad que trabaja para ti

Agencias de publicidad, diseñadores, productores de vídeo y otros creativos usan Adobe Stock a diario para encontrar recursos visuales.

Adobe Stock te ofrece una plataforma en la que publicar tus trabajos para que otros creativos puedan encontrarlos. También te ayudamos a licenciar tus obras para que puedan ser utilizadas en proyectos que van desde newsletters a carteles.

Los clientes adquieren una licencia libre de derechos comprando las imágenes sueltas o con planes de suscripción. “Libre de derechos” significa que los clientes pagan una vez para adquirir una imagen y pueden usarla múltiples veces sin tener que realizar pagos adicionales. Sin embargo, hay ciertas limitaciones: los contenidos no se pueden revender ni distribuir como si fueran suyos. Para saber más, por favor, visita la página de [Formación y Asistencia](#).



Muestra tus creaciones

Adobe Stock no es sólo fotografías.

Nuestra colección principal también incluye video, ilustraciones, vectores y contenido editorial ilustrativo de noticias y eventos. Además, también trabajamos con nuestros socios para ofrecer imágenes editoriales y audio.

También tenemos una selección de imágenes Premium, recursos 3D y plantillas que se pueden usar directamente en aplicaciones de Creative Cloud como Adobe Photoshop CC, Illustrator CC, e InDesign CC. Mantente atento para enterarte de oportunidades de enviar recursos 3D y plantillas en un futuro.



Diseñado para creativos

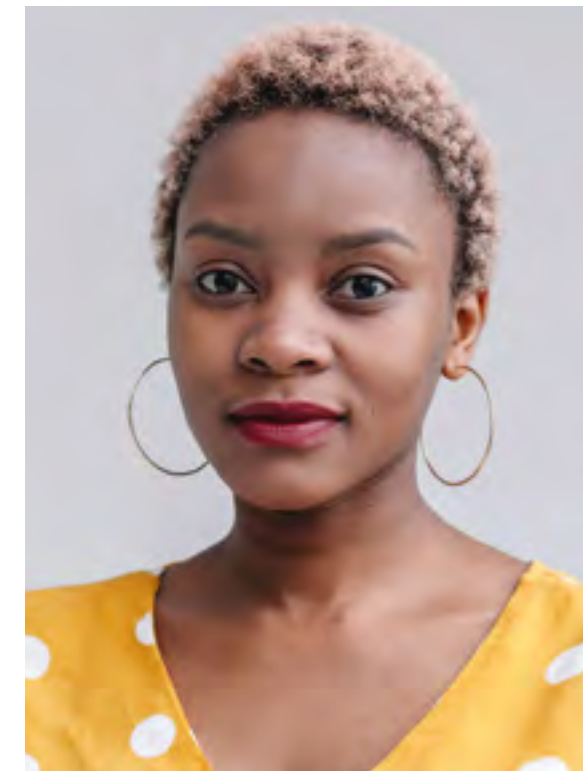
Si tienes más de 18 años y eres el propietario de los derechos de las fotos, vectores, ilustraciones y/o vídeos que has creado, ¡te damos la bienvenida a Adobe Stock!

Buscamos creadores orgullosos de su obra, sean profesionales o aficionados. Ni siquiera tienes que ser un usuario de Creative Cloud; para empezar a colaborar solo necesitas una Adobe ID gratuita. ¡[Créate una ya!](#)

Los colaboradores de éxito:

- Pasan tiempo dedicándose a su arte.
- Están atentos a tendencias, temáticas y momentos interesantes.
- Se organizan para controlar sus contenidos, las descripciones y las autorizaciones necesarias.
- Envían contenidos regularmente y aprenden de lo que venden y de lo que no.

Santiago | 383037933, Stocksy | 232584627,
Studio Firma - Stocksy | 291854564, Alberto Bogo - Stocksy | 377185801,
Bonninstudio - Stocksy | 270673921, Viktor Solomin - Stocksy | 377423477



Saca rendimiento a Adobe Stock

Gana dinero.

Tanto si dibujas animales vectoriales, sacas fotos de deliciosas comidas o grabas bajo el agua, crea contenido del que puedas estar orgulloso – y gana dinero haciendo lo que amas. Adobe Stock promueve tu trabajo en el mundo de los creadores de medios y ofrece una estructura de regalías competitiva. Para obtener detalles específicos sobre los derechos de autor, [consulta los Detalles sobre los derechos de autor de los colaboradores](#) en nuestra Guía del usuario para colaboradores.

Adopta un horario flexible.

Sin plazos, ni reuniones con clientes, ni ningún jefe que te diga qué hacer. Tú te marcas tus objetivos subiendo el contenido cuando tú decides. Una vez que el contenido está aprobado, nosotros nos encargamos de promocionarlo entre la mayor comunidad creativa del mundo.

Alcanza un mayor número de compradores.

Adobe Stock te da acceso a millones de usuarios de Creative Cloud. Los usuarios de Creative Cloud pueden comprar el contenido de Adobe Stock directamente desde las aplicaciones o la web. Colaborando con Adobe Stock tendrás acceso a una red global de compradores y recibirás comisiones competitivas por tu trabajo.

Sube tu contenido fácilmente.

Solo Adobe Stock te permite subir tu contenido desde tus aplicaciones favoritas. Sube tu contenido directamente desde aplicaciones como Lightroom Classic, Bridge, Premiere Pro o importa tus álbumes de Lightroom en un clic desde el portal del colaborador.



St Adobe Stock

Lo que vende



Pon tu mejor contenido en el mapa.

Crea contenido natural.

Crea contenidos atractivos que hablen del día a día de gente real de diferentes culturas y posiciones. Nuestros clientes buscan un contenido auténtico con el que su audiencia se pueda identificar.

Mira a tu alrededor.

No intentes inventar la rueda para tu próxima sesión. Piensa en la gente, los lugares y las cosas que conoces mejor. ¿Vives en un lugar único? ¿Puedes sacar fotos de tu familia y amigos? ¿Conoces a alguien que tenga alguna habilidad especial o tenga un trabajo interesante? ¿Cómo puedes usar lo que tienes al alcance de tu mano?

Mantente al tanto de las noticias.

Echa una ojeada a cuáles son los temas de interés. Tanto si es trabajar desde casa, temas relacionados con la salud, o formas de proteger el medioambiente, las noticias ofrecen una gran fuente de ideas. Sigue las tendencias pronto para que tu contenido esté online cuando llegue el momento.



Trabaja con profesionales.

Trabajar con modelos profesionales supone una gran diferencia para tu contenido y no es necesario que rompas la hucha para ello; puedes ofrecerles un book a cambio de una tarifa reducida. Cuando busques modelos no olvides tener en cuenta diferentes etnias y sobre todo que sean auténticos y se sientan cómodos frente a la cámara.

Prepara la sesión.

Antes de empezar tómate un momento para organizar la sesión para encontrar la mejor toma. Deshazte de todas las distracciones y objetos con colores vistosos que no añadan valor a tu escena. Prepárate para limpiar y preparar la zona todo lo necesario. Puede que en ocasiones tengas que crear el escenario desde cero. Un par de minutos antes de empezar pueden suponer un gran impacto al final.

Adelántate a las fechas destacadas.

Las celebraciones ofrecen un buen nicho de oportunidades. Mantén la vista puesta en el calendario de tu país y sube contenido con tres meses de antelación, así los clientes tendrán acceso al mismo cuando busquen material para sus diseños. Si este año no has llegado a tiempo, es mejor que te guardes el contenido para publicarlo con el tiempo suficiente el año que viene. El contenido más reciente siempre aparece en la parte superior de las búsquedas, así que marca la fecha en tu calendario y espera.



Deja espacio para el texto.

Tanto si es para una presentación, una tarjeta, o un vídeo, los compradores suelen buscar contenido con un espacio en el que añadir su propio contenido. Experimenta incluyendo espacios donde los creativos puedan incorporar texto.

Cambia la mirada.

Cuando produzcas y selecciones material considera el uso o interpretación que los clientes puedan hacer del mismo. Si sabes lo que expresa una imagen será más fácil entender qué vende y qué palabra clave poner.



Emociona a tus compradores

Cada contenido ofrece diferentes oportunidades y desafíos.

Da un paso más allá con estos consejos para fotos, vectores y vídeos y haz que tu contenido destaque.

Consejos para fotos:

- Crea un punto focal obvio.
- Observa la composición.
- Presta atención a la luz.
- Sé discreto en la edición.



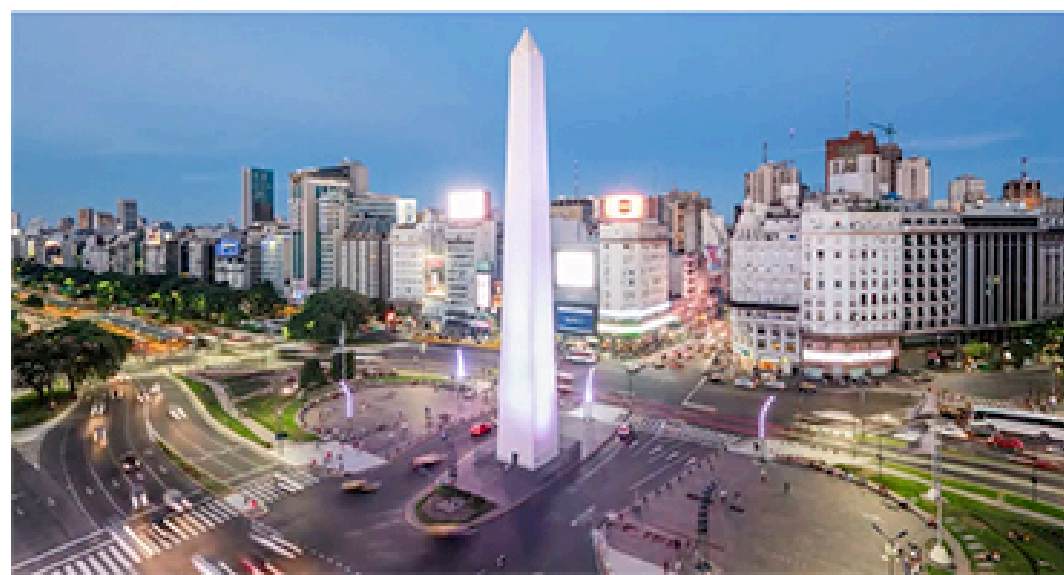
Consejos para vectores:

- Ten un propósito en mente – tanto si es para una felicitación, una infografía o un folleto-.
- Cierra los trazos, reduce los puntos de ancla y crea capas.
- Usa diferentes grosores en los trazos.
- Considera usar degradados translúcidos para añadir textura.



Consejos para vídeo:

- Los vídeos deben tener una duración de entre 5 y 60 segundos.
- Estabiliza tus planos.
- Ofrece flexibilidad a tus clientes con variedad de planos y distancias.
- No incluyas el audio a no ser que aporte atmósfera a tu plano, como unos pájaros cantando o el sonido de las olas contra las rocas. Si hay una voz reconocible debes aportar una cesión de modelo.
- Deja espacio al principio y al final de la escena para que los clientes puedan cortar el material según sus necesidades.
- Usa la corrección de color necesaria.
- Adobe Premiere Pro tiene un preset especialmente diseñado para Adobe Stock, úsalo para sacar el máximo partido a tu material.



Ayuda a los clientes a encontrar tu contenido

El título y las palabras clave juegan un papel vital.

El título y las palabras clave son lo que hace que los clientes encuentren tus imágenes. La opción de palabras clave automáticas (en el [Portal de colaboradores](#)) hace que etiquetar tus imágenes sea muy fácil al sugerirte hasta 25 palabras clave para tu contenido. Asegúrate de revisarlas para ver si están bien, y ordénalas o cámbialas según necesites. Cuando escojas las palabras clave deberás tener presente cómo puede buscar un cliente tu imagen. Añadir las palabras clave adecuadas es fundamental para que tus imágenes salgan en las búsquedas. Puedes aprender más en la [Guía de palabras clave](#).

Consejos esenciales:

- Pon las palabras clave más importantes en las 10 primeras posiciones.
- Las palabras que aparecen tanto en el título como en las primeras posiciones tienen más importancia aún.
- Usa palabras clave que sean relevantes al concepto.
- Emplea entre 15 y 25 palabras clave preferiblemente.
- Cada palabra clave debería ser una única palabra (salvo que se trate de un nombre compuesto, como “escalera de incendios”).
- Todas las palabras deben estar en el mismo idioma y coincidir con el idioma seleccionado en el menú de etiquetado.



St Adobe Stock

Protégete a ti y a los demás



Uso de material con copyright

El propietario de un trabajo con copyright tiene los derechos exclusivos de distribución, reproducción, presentación pública y modificación de su trabajo.

El propietario también puede garantizar algunos o todos los derechos a clientes. Con Adobe Stock tú cedes la licencia de tu contenido a Adobe a través del [Contrato de colaborador](#), que nos permite ceder los derechos a través de acuerdos como nuestros [Términos adicionales de Adobe Stock](#) y Acuerdo de licencias para cuentas Enterprise. Cuando tengas dudas siempre debes tener un contrato de modelo para el uso comercial de una persona, lugar, u objeto identificable en tu imagen. En todo caso es importante que sigas nuestras [guías](#) a la hora de presentar los contratos.



Consigue permisos

Contratos de modelo.

Siempre que trabajes con gente en sesiones comerciales debes obtener su permiso (no importa si se trata de un modelo profesional, un amigo, un miembro de tu familia o incluso un desconocido). Usa una cesión de modelo para asegurarte que todo el mundo está en la misma página. Si envías un autorretrato también necesitas una autorización de modelo.

También necesitarás contratos de modelo para cualquier ilustración o vectores que estén basados en gente real. Si, por ejemplo, imprimes la ilustración de la cara de una persona en una camiseta, necesitas una cesión de modelo.

Es importante que las cesiones sigan las guías que encontrarás en nuestra página (son documentos legales que te permitirán vender en Adobe stock). Puedes usar [nuestra plantilla](#) o la tuya propia siempre y cuando incluya toda la información necesaria. También puedes enviar los contratos a través del [Portal del colaborador](#) y conseguir las firmas a través de la opción de Adobe Sign.



Consigue permisos

Autorización de propiedades.

Si estás en una propiedad reconocible, un lugar comercial o un parque nacional probablemente necesites una autorización de propiedades. La autorización de propiedades es un permiso por escrito del dueño de la propiedad, consintiendo el uso comercial de las imágenes. Puede que no necesites autorización si la propiedad solo es una pequeña parte de una foto más grande o no es la parte principal de la foto. Por ejemplo, un skyline de Manhattan, con docenas de edificios, un puente y un río no necesitaría una autorización de propiedades. Una imagen del Empire State Building sí la necesitaría.

En el caso de obras de arte y artefactos, como los que puedes encontrar en un museo, necesitarás permiso del artista o del museo. Recuerda que si sacas fotos o vídeos en una galería o un museo debes atenerte a las propias restricciones del lugar. Es importante que todas las autorizaciones sigan nuestras guías legales. Puedes usar nuestro [formulario de autorización](#) o el tuyo propio siempre y cuando siga las guías.

También puedes mandar tus autorizaciones a través del [Portal del colaborador](#) y conseguir las firmas con Adobe Sign.

Visita el centro de [Formación y Asistencia](#) para saber más.



Marca registrada

Una marca registrada puede ser una palabra, frase, símbolo o diseño que se identifica con una marca o servicio.

Una imagen comercial se refiere a la apariencia o diseño del paquete del producto en sí y que puede tener un color o forma específicos. Por ejemplo, el nombre UPS, el slogan "United Problem Solvers", el escudo del logo y el marrón de UPS son todos imágenes comerciales de United Parcel Service of America, inc. (UPS). No podemos aceptar ningún contenido que incluya marcas registradas o imágenes de marca. Debes eliminar cualquier símbolo u objeto de una marca registrada antes de subirlos.

Si los objetos no son identificables puede que no necesites una autorización. Dicho esto, ningún producto o embalaje reconocible pueden ser el sujeto principal de ningún contenido de Adobe stock. Revisa [Restricciones de imágenes conocidas](#) para más ejemplos.



St Adobe Stock

Sube tu contenido



Sube tus trabajos

Ahora es más fácil que nunca crear una cuenta y empezar a subir tu contenido.

Compruébalo tú mismo entrando en el [Portal del colaborador](#) con tu Adobe ID. Para más detalles visita [Formación y asistencia](#).

Guía para subir tu contenido:

- Puedes subir tu contenido directamente desde el portal del colaborador o desde alguna de nuestras aplicaciones de Creative Cloud como Lightroom Classic, Bridge o Premiere Pro.
- Revisa las palabras clave automáticas y elimina, añade o reorganízalas según relevancia.
- Revisa la selección automática de categoría para asegurar que es la correcta.
- Añade un título descriptivo a cada archivo usando un lenguaje sencillo y directo.
- Añade las autorizaciones de modelo y propiedades a tus archivos según sea necesario. Recuerda que puedes solicitar las firmas digitales directamente desde el portal.



El proceso de revisión

Un equipo de moderadores debidamente entrenados revisarán tus archivos y evaluarán el contenido basándose en la calidad técnica y artística, uso comercial, y si todos los permisos están correctos. Todos los colaboradores, ya sean profesionales o aficionados, tendrán contenidos rechazados de vez en cuando. No es personal. Lee sobre cómo conseguir más contenido aprobado.



Mejora tu contenido

En general la mayor parte de los rechazos se deben a un puñado de razones. Sigue los siguientes consejos para que tu contenido tenga más probabilidades de tener éxito.

Fuera de foco.

Siempre revisa todo tu contenido antes de enviarlo. Si el sujeto principal está en foco, el desenfoque de movimiento o la poca profundidad de campo no serán un motivo de rechazo.

Corrige los artefactos.

El mayor problema de artefactos suele ser el ruido excesivo, que produce un efecto granulado en las fotos y los vídeos. Esto está causado normalmente por un ISO demasiado alto en un escenario demasiado oscuro. Aprende a conocer tu cámara (determina cuál es el ISO adecuado para tu cámara y cuándo alcanza un nivel excesivo).

Expón correctamente.

Subexponer o sobreexponer pueden causar que tus fotos no queden bien. Mantén un ojo en el histograma cuando tomes la foto para asegurarte de que estás exponiendo la foto de manera adecuada. Y si estás un poco al límite, en Lightroom o Photoshop puedes ajustar la exposición, especialmente si disparaste en raw.



Evita el spam.

Selecciona solo tus mejores imágenes y asegúrate de que cada imagen ofrece algo útil para un cliente. En vectores aceptamos hasta tres variaciones de color por cada diseño. En fotos y vídeos, sin embargo, tendrás que evitar enviar distintas versiones de un mismo contenido al que hayas aplicado diferentes efectos de postproducción, como, por ejemplo, versiones en blanco y negro. Ten en cuenta que es algo que los clientes pueden (y prefieren) hacer ellos mismos. Enviar spam de imágenes similares puede causar que tu cuenta sea bloqueada temporalmente (o, si eres reincidente) de forma definitiva.

Atrapa a los clientes con contenido de calidad.

Pregúntate: “si yo fuera un cliente, ¿por qué compraría esta imagen?”. Si no consigues responder a la pregunta deberás probar un enfoque diferente. Fíjate en el valor estético o comercial de tus imágenes. Puedes hacer una imagen estupenda de una familia disfrutando juntos de una barbacoa; pero si la barbacoa está oxidada, por ejemplo, la imagen no resultará tan apetecible para un cliente. Y temas como mascotas, atardeceres, flores y comida ya tienen mucha presencia en Adobe Stock, así que si envías imágenes de esos temas tienen que destacar estéticamente por encima de lo que ya tenemos.

Cumple las reglas.

Cumplir las reglas significa seguir lo indicado en nuestro [Contrato del colaborador](#), especialmente en lo relacionado con palabras clave y títulos inapropiados o irrelevantes, contenido dudoso o difamatorio, o marcas de agua en tus imágenes. También podemos considerar que un contenido no cumple las reglas si es necesaria una autorización de modelo o propiedades después de que te lo solicitemos, o si no resuelves otro tipo de problema que detectemos.

Si tus archivos contienen elementos protegidos por derechos de propiedad intelectual no podremos aceptarlos. Para más información, consulta el centro de [Formación y asistencia](#). Estas medidas se toman para proteger a los colaboradores, a los clientes, y a Adobe.



St Adobe Stock

Tus ganancias



Pagos

Las comisiones por la venta de fotos, vectores e ilustraciones son del 33% de lo que haya pagado el cliente.

Para vídeos la comisión es del **35%** del precio de venta. Los precios pueden variar dependiendo del tipo de contenido y del plan de compra. Para más información, consulta [Detalles de las comisiones](#).

Puedes solicitar el pago desde tu [Panel](#) en el Portal de colaboradores. Cuando hayas conseguido un mínimo de **\$25** en ganancias y hayan transcurrido al menos **45** días desde tu primera venta, podrás solicitar el canje. Usamos PayPal y Skrill para los pagos, y para colaboradores de fuera de EEUU, Payoneer también es una opción.



Impuestos

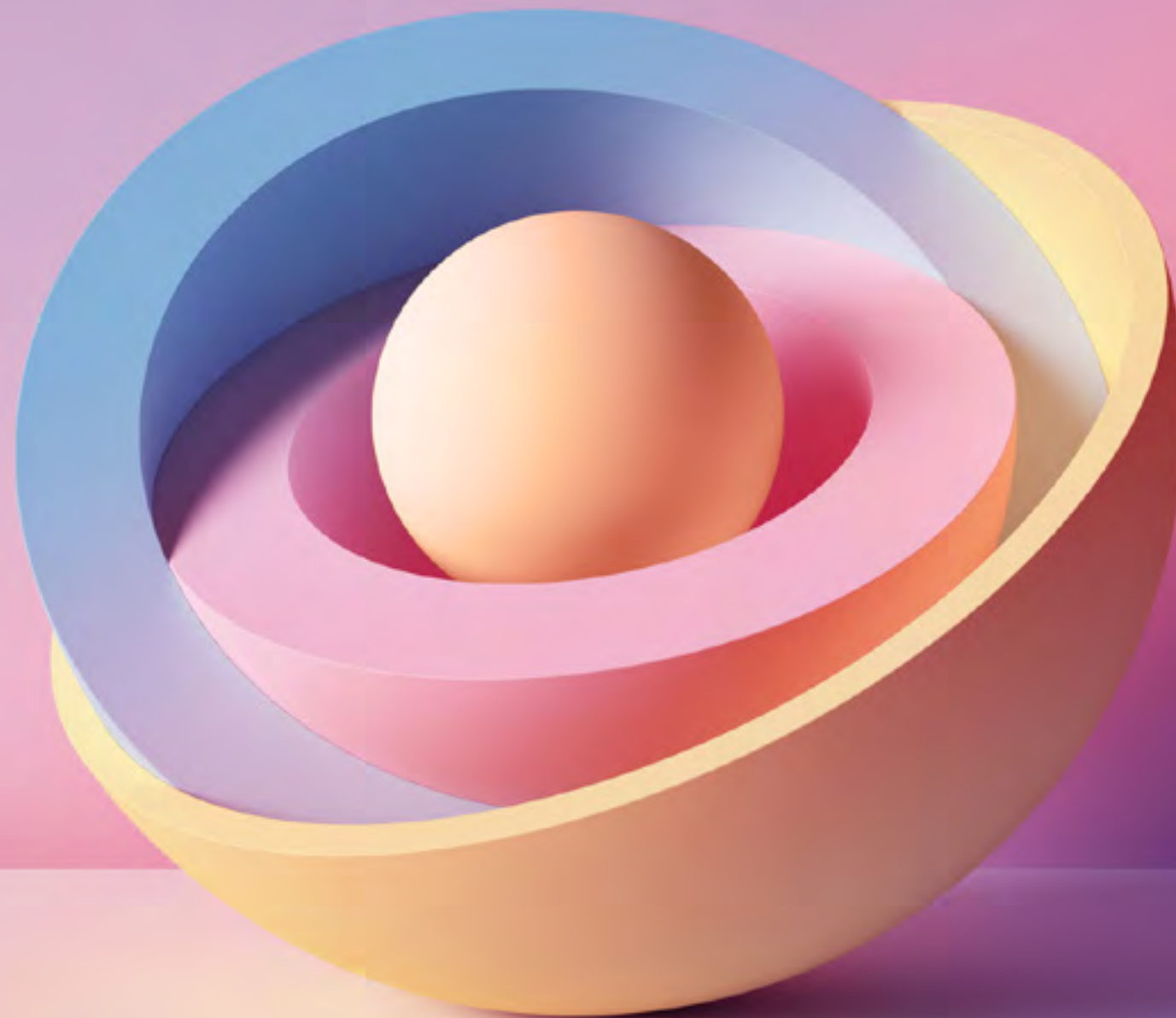
Vender licencias de contenidos creativos es una actividad económica.

Y como tal, los ingresos que obtengas de tus ventas en Adobe Stock pueden estar sujetas a retenciones de la Hacienda de EEUU (IRS). Asegúrate de subir el formulario fiscal adecuado o si no todas tus ventas tendrán una retención del **30%**, cuando puede ser inferior de acuerdo a tu país de residencia.

Para cargar tu formulario fiscal

- Ve a la pestaña de [Cuenta de colaborador](#).
- Selecciona "Información Fiscal".
- Sigue los pasos para seleccionar el formulario fiscal adecuado a tu situación. El formulario correcto dependerá de si eres una empresa o un individuo, y de si eres residente en EEUU o en un país con un acuerdo fiscal con los EEUU.

Tienes más información en el centro de [Formación y asistencia](#).



St Adobe Stock

Recursos adicionales



Enlaces de utilidad

Siempre estamos desarrollando nuevos recursos para ayudarte con tu experiencia como colaborador de Adobe Stock.

Mantente al día y consulta estos enlaces con más información:

- [The Artist Hub](#)
- [Instagram](#)
- [Pinterest](#)
- [Información y asistencia técnica de Colaborador de Stock](#)



