

Adobe: tecnología al límite

Artículo basado en la entrevista realizada al Sr. Gilberto Goyes durante el Congreso Internacional de Tecnologías para la Competitividad Global en Gestión, Emprendimiento e Innovación, (Universidad EAN, agosto 2012, Bogotá, Colombia).

Resumen

Adobe es una empresa dedicada a brindar soluciones de comunicación. Por medio de programas de fácil acceso que permiten publicar en diversos dispositivos, apoya al usuario a innovar en su actividad, llevando la herramienta al máximo límite de su productividad. Adobe incentiva su propia competitividad a través de la innovación tecnológica con la que desarrolla sus productos y proporciona una ventaja competitiva para el usuario en el cambiante panorama de los medios de comunicación.

Sobre el autor

Gilberto Goyes es diseñador gráfico y administrador. Trabaja como consultor externo de Adobe desde hace 12 años, donde realiza capacitaciones y maneja las aplicaciones de Adobe para el tema de mercadeo, comunicación interna y externa. Actualmente, también trabaja con las universidades Jorge Tadeo Lozano y Uniminuto.

Video - parte 1

El video está dividido en dos partes.

Adobe: tecnología al límite



Entrevista realizada a Gilberto Goyes.

1. ¿Qué es Adobe?
2. ¿Uno de los ejes fundamentales para Adobe es la innovación?
3. ¿Para Adobe que es competitividad?
4. ¿Cuáles son las necesidades actuales del mercado en herramientas como Adobe?

Parte 2



Foto: archivo EAN Business Review.

Adobe es una de las compañías de *software* más grande del mundo, la cual desarrolla programas de alta tecnología para satisfacer la necesidad de innovación en comunicación y de publicación en diversos dispositivos, que sus usuarios demandan.

Adobe, respuesta a usuarios multiplataforma

Adobe es una compañía de soluciones de comunicación para empresas dedicadas específicamente a esta área, como agencias de publicidad o talleres de diseño y también para organizaciones que aplican la comunicación dentro de ellas, como el caso de los bancos o empresas del sector industrial, de forma que cubre temas de mercadeo y diseño aplicado a la comunicación.

Las necesidades actuales del mercado se manifiestan en la demanda de piezas de comunicación que vivan en los entornos digitales. Aunque el fenómeno de los medios impresos se encuentra en una etapa ya establecida (pero no estable), la demanda se inclina hacia la utilización de la plataforma electrónica para colocar, compartir y crear contenidos.

"Lo que permite Adobe es que tu puedas sacar esa fotografía para publicarla en la *web*, en una multimedia o en una *tablet*; que puedas trabajarla con herramientas como Photoshop y luego puedas llevarla a través de la nube. Es lo que hoy en día estamos necesitando, que no tengamos que dar tantos pasos y tantas vueltas para poder hacer un desarrollo, sino que en cualquier momento y lugar puedas trabajar cómodamente con el dispositivo que tengas" afirma Goyes.

En consecuencia, el mercado objetivo de Adobe se

Para ampliar el tema consultar el siguiente link:

- Adobe

divide en cuatro categorías que cubren una serie de procesos de comunicación en todos los entornos y que se interrelacionan entre sí. Un mercado es el que componen los usuarios creativos (del tipo diseñador o publicista). Ese es el mercado natural de la compañía y es lo que normalmente se asocia con Adobe.

Por otra parte, hay un mercado empresarial que está relacionado con la comunicación organizacional y la comunicación interna. Adobe tiene herramientas para este tipo de áreas, como Acrobat o Adobe Connect, las cuales permiten hacer manuales de operaciones o *e-Learning* y tutoriales, como en el caso de los programas Captive y Presenter.

Artículo basado en la entrevista realizada al Sr. Gilberto Goyes durante el Congreso Internacional de Tecnologías para la Competitividad Global en Gestión, Emprendimiento e Innovación, (Universidad EAN, agosto 2012, Bogotá, Colombia).

Resumen

Adobe es una empresa dedicada a brindar soluciones de comunicación. Por medio de programas de fácil acceso que permiten publicar en diversos dispositivos, apoya al usuario a innovar en su actividad, llevando la herramienta al máximo límite de su productividad. Adobe incentiva su propia competitividad, a través de la innovación tecnológica con la que desarrolla sus productos y proporciona una ventaja competitiva para el usuario en el cambiante panorama de los medios de comunicación.

Sobre el autor

Gilberto Goyes es diseñador gráfico y administrador. Trabaja como consultor externo de Adobe desde hace 12 años, donde realiza capacitaciones y maneja las aplicaciones de Adobe para el tema de mercadeo, comunicación interna y externa. Actualmente, también trabaja con las universidades Jorge Tadeo Lozano y Uniminuto.

Video - parte 2

Adobe: tecnología al límite



Entrevista realizada a Gilberto Goyes.

Un tercer mercado, está compuesto por quienes manejan el tema del video. Con Adobe After Effects o Premiere, la compañía busca fortalecer las actividades de los usuarios, fortaleciendo su presencia durante el crecimiento de este campo en el país. Por último, se encuentran los usuarios del mercadeo en línea. Adobe es la empresa líder del mercadeo en internet, ya que la arquitectura de información que sostiene a Facebook es manejada con herramientas de Adobe.

Tecnología al límite

Para Gilberto Goyes, gran parte de la competitividad se desarrolla utilizando las herramientas al límite, y eso es algo que Adobe permite hacer. "Muchas veces tenemos las herramientas pero las seguimos usando como lo hacíamos hace cinco o diez años".

Por esta razón, Adobe ha desarrollado herramientas pensadas para permitir el fácil y productivo desarrollo de actividades personales o empresariales, llevando al máximo su rendimiento con el fin de hacer posible que el usuario tome la delantera en términos de competitividad.

Por otra parte, la visión del desarrollo tecnológico de Adobe ha permitido que la gente se empodere de las herramientas, de manera que se ha perdido el miedo al desafío que significa conocerlas, manejarlas y hacerlas 100% productivas. Hoy se encuentran jóvenes de 12 ó 14 años que utilizan Photoshop desde los 10 años, por lo tanto cuando se encuentren en un ámbito profesional, el manejo tanto de la herramienta como de la lógica de Adobe será altamente competitiva.

5. ¿Cuáles son los usuarios Adobe?
6. ¿Cuál considera que ha sido el

"Siempre se tiene que estar al límite de lo que permite la capacidad de

mayor aporte de Adobe al desarrollo de la competitividad global?

7. ¿Puede la Suite Adobe Business Catalyst reemplazar una agencia de publicidad en una propuesta de mercadeo?

Parte 1

Para ampliar el tema consultar el siguiente link:

- Adobe

las herramientas. Competitividad para Adobe es siempre estar al límite".

Además, estas herramientas incluso son estándares en la industria, es decir que se deberán conocer o manejar en algún momento. Esto permite que las empresas tengan mayor fluidez en la ejecución de sus proyectos y que se puedan hacer cosas que antes no eran viables, debido a las falencias de compatibilidad o rendimiento de las herramientas.

Innovación empresarial

Respecto a la situación de Latinoamérica en el informe de Competitividad Global 2012-2013, Beñet Bilbao, economista del Foro Económico Mundial (FEM), opina que "lo que vertebra a la región son sus debilidades. Como la región está creciendo, el incentivo es mejor y la visión, tanto de los gobiernos como de los empresarios, es 'cortoplacista'. Deben pensar en innovar para ser más competitivos".

Artículo basado en la entrevista realizada al Sr. Gilberto Goyes durante el Congreso Internacional de Tecnologías para la Competitividad Global en Gestión, Emprendimiento e Innovación, (Universidad EAN, agosto 2012, Bogotá, Colombia).

Resumen

Adobe es una empresa dedicada a brindar soluciones de comunicación. Por medio de programas de fácil acceso que permiten publicar en diversos dispositivos, apoya al usuario a innovar en su actividad, llevando la herramienta al máximo límite de su productividad. Adobe incentiva su propia competitividad, a través de la innovación tecnológica con la que desarrolla sus productos y proporciona una ventaja competitiva para el usuario en el cambiante panorama de los medios de comunicación.

Sobre el autor

Gilberto Goyes es diseñador gráfico y administrador. Trabaja como consultor externo de Adobe desde hace 12 años, donde realiza capacitaciones y maneja las aplicaciones de Adobe para el tema de mercadeo, comunicación interna y externa. Actualmente, también trabaja con las universidades Jorge Tadeo Lozano y Uniminuto.

Foto: ingimage.



Así que en el contexto actual, la innovación debe ser un componente fundamental para el emprendimiento y sostenibilidad de una empresa. Por ello, Adobe busca cumplir con la innovación desde dos puntos de vista: uno es interno y consiste en tener el reto permanente de que las aplicaciones sean realmente innovadoras, de manera que los productos contengan el conocimiento

Para ampliar el tema consultar el siguiente link:

- Adobe

científico que sale de las universidades en herramientas como Acrobat o Photoshop. Son procesos de innovación permanente.

El otro es externo y consiste en generar procesos de innovación dentro de las empresas, por medio de programas que permitan construir nuevos mensajes y capacidades expresivas en las piezas publicitarias o de comunicación que se estén desarrollando. Este es el caso de la suite Master Collection o del Design que fueron diseñadas para la innovación en la *web* y el diseño.

Resumen

Adobe es una empresa dedicada a brindar soluciones de comunicación. Por medio de programas de fácil acceso que permiten publicar en diversos dispositivos, apoya al usuario a innovar en su actividad, llevando la herramienta al máximo límite de su productividad. Adobe incentiva su propia competitividad, a través de la innovación tecnológica con la que desarrolla sus productos y proporciona una ventaja competitiva para el usuario en el cambiante panorama de los medios de comunicación.

"Si tengo que publicar una campaña, debo sacarla rápido. El mercado es cambiante, ya no es un cubo estático que estudiamos de manera analítica, sino más bien una cosa mutante, gelatinosa o líquida".

Cuando hay más tiempo de elaboración, se pueden utilizar las herramientas tradicionales: DreamWeaver, Fireworks o Photoshop, trabajando como hace dos o cinco años atrás. Así, Adobe presenta herramientas que, dependiendo de las necesidades particulares, permiten a los usuarios tener una solución adecuada y eficaz para cada cual.

Sobre el autor

Gilberto Goyes es diseñador gráfico y administrador. Trabaja como consultor externo de Adobe desde hace 12 años, donde realiza capacitaciones y maneja las aplicaciones de Adobe para el tema de mercadeo, comunicación interna y externa. Actualmente, también trabaja con las universidades Jorge Tadeo Lozano y Uniminuto.

También hay herramientas como Business Catalyst que pueden apoyar la elaboración de una propuesta de mercadeo en una agencia de comunicaciones. "Normalmente, un proceso de generación de contenidos *web* tarda porque tiene procesos de ingeniería bastante enredados" afirma Goyes. Entonces una herramienta como Catalyst permite crear fácilmente una página *web* desde Adobe Muse, una de las herramientas asociadas a esta suite.

Según Goyes, "alguien con una buena formación puede estar sacando un sitio *web* en un día y montarle el Business Catalyst al siguiente. Por mucho, en cuatro días puede estar sacando al aire una campaña con funciones de *mailing* y carrito de compras activo". Esto le permite a las agencias de comunicación, de medios y de mercadeo hacer campañas sobre la marcha, lo cual es común en este medio.

Para ampliar el tema consultar el siguiente link:

- Adobe

Referencias bibliográficas

sigue siendo esquiwa para Colombia. *Revista Dinero*. Recuperado de

<http://www.dinero.com/actualidad/economia/articulo/competitividad-sigue-siendo-esquiwa-para-colombia/159059>

- Dinero.com. (septiembre, 2012). Competitividad