



Tridente de IBM

para surtir de
almacenamiento
a la **pyme**

No hay empresa pequeña para IBM. La multinacional, antaño vinculada con las grandes empresas y los entornos críticos, ha abierto desde hace años su innovación al mercado de las pequeñas y medianas compañías. También en el tradicional campo del almacenamiento. IBM cuenta con un potente tridente, específico para estas empresas, conformado por las FlashSystem 5200, 5035 y 5015. Tres cabinas, rendidas a la tecnología *all-flash*, muy competitivas en precio, que abren una enorme oportunidad al canal para ofrecer a sus clientes opciones con un atractivo equilibrio entre rendimiento y eficiencia.

Tras casi dos años de aceleración digital, motivada por la situación del mercado, la mayoría de los sectores tecnológicos han visto impulsado su negocio. Una transformación que también ha alcanzado al área más tradicional del almacenamiento. Roberto Muñiz, responsable de preventa del área de almacenamiento en Arrow ECS, asegura que las empresas han debido "reinventar" su almacenamiento para dar respuesta a la enorme expansión del teletrabajo y a la protección, imprescindible, de los datos. "En los entornos tradicionales de almacenamiento hemos notado en los últimos años un refuerzo de las funcionalidades de las cabinas, con capas de software encargadas de proteger a los usuarios y, sobre todo, a los datos", explica. "El almacenamiento mantiene un peso crítico en la estrategia tecnológica de las empresas".

Ante el enorme crecimiento de los datos, las nuevas exigencias del mercado y la necesaria integración con otros elementos, las soluciones de almacenamiento han ganado en valor. El aumento de las amenazas también ha pesado en la concienciación. "Las empresas están empezando a tener en cuenta cuestiones, de las que veníamos hablando muchos años, como la necesidad de tener una copia remota de los datos, fuera de la empresa, en una ubicación protegida", continúa Muñiz. Además de la protección, es vital contar con sistemas que permitan recuperar los datos de manera inmediata. "Muchas empresas no contaban con un plan de contingencia ni ninguna guía en caso de pérdida o de caída

de los centros de datos. Ahora estamos observando que las compañías están empezando a incluir en sus presupuestos una partida para diseñar estos planes".

Reina la tecnología Flash

Tras su "irrupción" en el mercado, hace ya muchos años, la tecnología Flash ha ido ganando posiciones, sumando beneficios más allá de la primigenia ganancia en rendimiento, lo que la ha convertido en reina del área del almacenamiento. "Ya es un estándar", asegura Muñiz. Según un estudio de IBM, en 2020 el 85 % de las ofertas que incluían una cabina de discos eran *all-flash*.

Una tecnología que ha dado un paso más con Non-Volatile Memory Express (NVMe), un protocolo que permite una mayor velocidad. "A mayor rendimiento con el mismo precio, nin-



guna empresa duda en optar por el Flash. Los clientes necesitan un acceso cada vez más rápido y el disco Flash SSD es la opción preferida".

La oportunidad de IBM

Las pymes tienen idénticas necesidades que las grandes empresas. Y el reto que se les abre para proteger sus datos también lo es. IBM ha desarrollado en los últimos años una oferta potente para este tipo de compañías. "Es una marca para las pymes y para los *partners* que van a las pymes", reivindica Muñiz. Una apuesta en la que el gigante azul quiere contar con el canal tradicional, identificado con aquellos *partners* que sirven, de manera unificada, una solución de cómputo, con una cabina, arropada con sus servicios. "IBM es muy competitiva", asegura.

Álvaro Gil, IBM Systems *business manager* en Arrow ECS, reivindica el valor del almacenamiento en la propuesta de valor del canal. "Si el distribuidor no es capaz de ofertar una

El canal mayorista es vía prioritaria para trasladar este mensaje de valor en el ámbito del almacenamiento a las empresas a través de su red de distribuidores e integradores. Arrow es mayorista de referencia de IBM. La marca mantiene un enorme peso estratégico en el área del centro de datos de Arrow, uno de los tres pilares en los que se sustenta el negocio junto a la seguridad y la nube. "Nuestra labor es hacer lo más transparente posible la relación con IBM. Intentamos disminuir al mínimo el tiempo que los distribuidores dedican a trabajar con un fabricante", explica Álvaro Gil.

Dentro de la unidad consagrada a IBM, Arrow

solución completa, está fuera del proyecto", asegura. Por eso, continúa, es tan importante ser pioneros en ofrecer al canal lo último, en este caso en el campo del almacenamiento. "Sin una solución potente de almacenamiento,

Arrow

pone a disposición de sus clientes a un profesional técnico especializado. "Es especialmente válido en las primeras instalaciones de un distribuidor que decide apostar, por primera vez, por IBM", recuerda Álvaro Gil. "Arrow le acompaña en los primeros proyectos, sirviéndole de soporte".

El apoyo de Arrow se ajusta a las necesidades de los *partners*. "No todos cuentan con un departamento técnico por lo que con algunos, que nos demandan servicios, establecemos alianzas para que nuestro personal los despliegue, en su nombre. Lo más importante es que el *partner* tenga confianza en Arrow y que los proyectos sean perfectos".

las empresas no van a poder, posteriormente, acceder a las ventajas que proporciona el uso de la inteligencia artificial o del *big data*". La pyme ofrece una excelente oportunidad al canal, sobre todo en las medianas empresas.

"Durante años estas compañías han realizado inversiones mínimas; sin embargo, en los últimos tiempos ha habido una gran innovación y un gran desarrollo en el área del almacenamiento. Deben invertir en él: a cambio disfrutarán de un enorme rendimiento, imprescindible para ser competitivas".

IBM es la mejor opción. "Apostar por IBM es hacerlo a caballo ganador", explica Roberto Muñiz. "Cuenta con una oferta única, completa, desde los servidores Power hasta la inteligencia artificial pasando por soluciones para el entorno de la nube. Tiene un *portfolio* tan grande que cualquier *partner* que decida empezar, por ejemplo, con la venta de estas

"El almacenamiento mantiene un peso crítico en la estrategia tecnológica de las empresas"

cabinas más tradicionales, va a permitir a su cliente final ir dando pasos poco a poco en su camino tecnológico".

Muñiz recuerda que IBM sigue siendo pionero en investigación y desarrollo. "Ir con un logo de IBM puede abrir al canal muchas puertas y permitirle una enorme diferenciación". La compañía, insiste, quiere afianzarse "en un canal tradicional que pueda comercializar sus cabinas de almacenamiento".

FlashSystem 5200

IBM dispone de una amplia oferta *all-flash* en la que se ubica IBM FlashSystem 5200. Una cabina que es posible ofertar a cualquier tipo de cliente; aunque Roberto Muñiz especifica que aplica mejor a las empresas medianas. Es una solución potente y compacta, asequible en costes, que no sacrifica ni un ápice de rendimiento ni de seguridad en la gestión del dato.

Muñiz insiste en el rasgo diferenciador de la replicación entre las distintas soluciones de almacenamiento de IBM. "Una posibilidad que no tienen otros fabricantes". Con IBM es posible que el cliente haga crecer



sus sistemas de almacenamiento, sin tener que cambiar de modelo. "IBM Spectrum Virtualize, que se puede desplegar en la nube, permite que las cabinas puedan hablar perfectamente entre sí". Se trata de un software fácilmente configurable que asegura una gestión muy sencilla.

La solución permite llevar a cabo funciones de compresión con hardware dedicado, réplica, deduplicación y virtualización de cabinas externas. Una lista de prestaciones que es posible desplegar en 1U (que alberga 12 discos). "IBM ha reducido el espacio de la solución pero manteniendo una capacidad, enorme, que alcanza casi los 500 TB", relata Muñiz.

"Apostar por IBM es hacerlo a caballo ganador"

"En un momento en el que el consumo eléctrico es una prioridad, la compresión y deduplicación que permite esta cabina no penaliza el rendimiento y

"Algunas ocupan 2 o 3U y, sin embargo, no ofrecen la capacidad neta que proporcionan 3 discos en la IBM FlashSystem 5200".

Una de las funcionalidades más destacadas que permite la cabina es gestionar todas las copias y desplegar protección contra

el *ransomware*. "Gracias a estos *snap* es posible recuperar en tiempo y en forma los datos. Gracias a la compresión realizada por discos FCM, en el modelo FS 5200 no es necesario adquirir más almacenamiento para guardar las copias inmutables".

FlashSystem 5035 y FlashSystem 5015

Para empresas que cuentan con presupuestos más limitados, IBM cuenta con FlashSystem 5035 y FlashSystem 5015, dos cabinas ubicadas en su gama de entrada. "Se trata



multiplica la capacidad de almacenamiento. Y todo ello en 1U, lo que asegura un consumo mucho menor". Una capacidad que, explica, no alcanzan otras soluciones similares de la competencia.

"Sin una solución potente de almacenamiento, las empresas no van a poder, posteriormente, acceder a las ventajas que proporciona el uso de la inteligencia artificial o del *big data*"

de dos cabinas para clientes con presupuestos más ajustados pero que quieren disfrutar de un almacenamiento con discos SSD, lo que les permite disfrutar de un buen rendimiento por un precio económico". Disfrutan también de las bondades de IBM Spectrum Virtualize y ofrece múltiples opciones de expansión y medios de almacenamiento de unidades de disco y flash.

Buenas expectativas

Los responsables de Arrow quieren ampliar el canal que comercializa las soluciones de IBM. "Queremos llenar el mercado de nuevas soluciones de almacenamiento, económicas y con un importante rendimiento", alerta Álvaro Gil.



"Resulta esencial que en los presupuestos tecnológicos de las pymes se incluya este tipo de inversiones. Hay que hacerlas lo antes posible". El canal, explica, tiene que estar cerca de estas compañías, "influyendo y asesorando para que inviertan en este tipo de cabinas". Roberto Muñoz desvela que en este 2021 ya se ha incorporado a tres nuevos *partners* al canal de IBM que discurre a través de Arrow. "Se trata de atraer a un canal que se sienta cómodo y que sepa que se puede ganar dinero y obtener rentabilidad con este tipo de cabinas". De cara al próximo 2022 el objetivo es duplicar, al menos, el número de nuevos *partners*.

El coste del robo de datos sigue incrementándose

A raíz de los rápidos cambios tecnológicos sucedidos en los dos últimos años, se produjo un aumento de los costes de las brechas de datos. IBM Security anunció el pasado mes de julio los resultados de un estudio mundial en el que se constataba que las violaciones de datos cuestan en la actualidad a las empresas **4,24 millones de dólares de media por incidente**, el coste más alto en los 17 años de historia del informe.

El estudio sugiere que los incidentes de seguridad se han vuelto más costosos y difíciles de contener debido a los drásticos cambios operativos producidos en el último año, con un aumento de los costes del 10 %. A su vez, el tiempo de respuesta para detectar y contener estas filtraciones fue de **287 días (212 para detectar y 75 para contener)**, lo que supone una semana más que el informe del año anterior.

El proceso de adaptación al trabajo a distancia fue un factor significativo en la respuesta a la violación de datos. Casi el 20 % de las organizaciones aseguraron que el trabajo remoto fue un factor importante en la filtración de datos, con un coste de **4,96 millones de dólares (casi un 15 % más que la filtración media)**.

Las empresas que experimentaron una brecha de seguridad durante su proceso de migración a la nube tuvieron un coste un **18,8 % superior a la media**. En este aspecto, las que ya estaban en una fase más madura de adopción de la nube fueron capaces de detectar y responder a los incidentes con mayor eficacia: **77 días más rápido de media** que las que estaban en la fase inicial de adopción.

El robo de credenciales de usuario fue la causa más común de las filtraciones. Al mismo tiempo, los datos personales de los clientes (como el nombre, el correo electrónico o la contraseña) fueron el tipo de información más comúnmente expuesta en las filtraciones de datos: el **44 % de las filtraciones incluía este tipo de datos**.

La adopción de la inteligencia artificial, los análisis de seguridad y el cifrado fueron los tres principales factores atenuantes que demostraron reducir el coste de una filtración, ahorrando a las empresas entre **1,25 y 1,49 millones de dólares** en comparación con las que no hicieron un uso significativo de estas herramientas.