

¿Cuáles son las ventajas de los entornos multicloud híbridos?

El papel de la tecnología es cada vez más importante en las empresas, pero en ocasiones la complejidad supone unos retos añadidos. La llegada de los **entornos multinube híbrida** es un hecho, pero las organizaciones estaban afrontando una serie de desafíos ante una avalancha de datos que se generan para reducir la complejidad y evitar los hilos heterogéneos de la información.

Pero, ¿cómo conseguimos todo esto? Nunca ha sido tan necesario como ahora el uso de **técnicas de monitorización** basadas en inteligencia artificial, analítica predictiva y soporte proactivo. Todo esto supone una importante simplificación de las infraestructuras de almacenamiento y durante este webinar se ha tratado de conocer como la tecnología Flash System de IBM se adapta a estos entornos multicloud híbrida para ofrecer esa simplificación mientras se reducen los costos.

Las empresas están cada vez más enfocadas a moverse por los datos, para nadie es un secreto que “la data está siendo el nuevo petróleo”. **Juan Carlos Gaitán, IBM Storage Manager Digital Sales**, explica que: “Las empresas necesitan cada vez más de la data y no sólo para archivarla sino para saber gestionarla y en base a ella tomar decisiones estratégicas que les permita diferenciarse de sus competidores”.

Los datos, hoy en día, son los que **rigen el comportamiento futuro de la empresa**. Con el tratamiento de datos, las empresas se plantean sus métodos de ahorro, cómo optimizar sus recursos, cómo garantizar la continuidad del negocio o cómo conocer mejor al cliente. Las empresas, principalmente, lo que quieren hacer con su data para que sea más pura es gestionarla, controlarla, protegerla, analizarla, virtualizarla y archivarla.

Se espera que, en la década comprendida entre 2016 hasta 2025, la información que se genera se multiplique por 10. Lo que más está creciendo es la **data no estructurada**, que es la información que proviene de las RRSS. Mientras que la estructurada es la que podemos encontrar en las **bases de datos**. “Gracias a esta explosión de data no estructurada, las empresas están comprendiendo que ahí hay una fuente de información que no sólo les permite conocer a sus clientes sino también a ellos mismos y a sus competidores”, comenta Gaitán. Y afirma que: “El 68% de las empresas piensa utilizar los datos que anteriormente se utilizaban como respaldo, en un tier secundario, para algo más: conocer al cliente”.

Por otro lado, la cloud está permitiendo crear **ahorros de costes importantes** para las empresas. El 73% de las empresas planean utilizar la nube pública para copias de seguridad, archivos y recuperación ante desastres. Aunque todavía es difícil encontrar a una empresa que se encuentre 100% en la nube.

¿Por qué es importante modernizar una

infraestructura de respaldo y de almacenamiento?

Todas las empresas y todas las personas necesitan **almacenar información**. Las compañías están cada vez fijándose más en esta área para determinar cuál es la mejor manera para **disminuir costos**, mejorar su desempeño de tareas, cómo gestionar de manera simple mi proveedor de almacenamiento (SLAs), cómo habilitar herramientas multicloud y cómo mejorar su agilidad empresarial.

“IBM es el mayor proveedor de tecnología del mundo. Esta organización tiene el portfolio más completo end to end a nivel de tecnología”, defendía Juan Carlos Gaitán durante el webinar. Hablando de almacenamiento, IBM está enfocada en simplificar su producto, pero no por eso está quitando cosas del mercado; lo que pretende es hacer de sus productos algo más accesible a todo el mundo.

El almacenamiento ha cobrado cada vez más relevancia y esto se ha visto de una manera más pronunciada durante la pandemia. En relación con temas como el conocimiento del cliente o la continuación del negocio, esto se obtiene con una infraestructura adecuada de almacenamiento. “Las empresas se han volcado en cómo **optimizar esas infraestructuras de almacenamiento** para tener ese conocimiento que le permita estrechar esa relación con su cliente. La pandemia ha demostrado que el cliente quiere inmediatez; y si esto no funciona, se va”, concluye Gaitán.