



Fuente:

Silicon

Con un crecimiento del 7%, NetApp salva con nota el ejercicio en un entorno donde la competencia sale por todos lados, desde fabricantes dedicados de nicho a grandes virtualizadores globales de nube pública. En España, el crecimiento ha sido del 3%, pero destaca en el uso de AFA (25% frente 20% de EMEA) y en cloud (32%), por encima del dato corporativo.

NetApp España nos convocó en sus oficinas aprovechando su 25 aniversario para contarnos qué tal les había ido el año y otros anuncios de su oferta tecnológica y últimos lanzamientos estratégicos. “El mundo se digitaliza a pasos agigantados, y nuevos competidores amenazan a las compañías establecidas. Si la media de vida de una compañía situada entre las 500S&P nacida en el siglo XX era de 60 años, las creadas en el presente será de apenas 18 años”, señala María José Miranda, directora general de NetApp Iberia. “Este cambio lo hemos aplicado también a nuestra compañía, envuelta en un proceso de transformación continuada desde la llegada del nuevo CEO George Kurian para mantener la posición privilegiada que habíamos alcanzado cuando éramos una compañía de un solo producto”.

Efectivamente, para los veteranos del lugar NetApp era una compañía de hardware que “inventó” el appliance dedicado al almacenamiento (esto es, que añadía una capa de software para su gestión dentro de la caja). Sin embargo, han estado muy atentos a la evolución del mercado y a los requisitos que exigían los clientes respecto a la gestión de sus datos, “hasta el punto de cambiar ‘la misión’ de la compañía: ahora se trata de empoderar y facilitar a nuestros clientes para que sean ellos los que cambien el mundo con sus datos”, explicaba Miranda. “De ahí que hayamos pasado a ser una compañía de portfolio mucho más desarrollado para poder facilitarles esa tarea, con nuevos productos y otros transformados, poniendo más foco en el software, y aplicando metodologías de devops para agilizar nuestros procesos internos”. Este viaje se resume en el nuevo concepto de data fabric: facilitar el poder mover datos entre nubes.

De igual manera, la familia de productos actual de NetApp cubre un amplio espectro de procesos, y sobre todo, se adapta al tipo de dato. “No es lo mismo un dato que se guarda durante meses y se usa una vez, que miles de datos moviéndose a diario y que se tienen que ubicar en diferentes geografías”, explica Manel Picalló, Service Consulting de NetApp Iberia. En este sentido, el último lanzamiento de NetApp aborda el tema de la hiperconvergencia con la segunda generación de su serie HCI, que abunda en el concepto de la escalabilidad sin penalizar la inversión original.

“Antes, el almacenamiento unificado significaba poder juntar las partes que se ofrecían en el centro de datos por separado: espacio de almacenamiento, capacidad de computación, gestión de memoria, todo ello unido y atado por cables y enrutadores; pero cada pieza traía su propio software. Con HCI tenemos todo en un mismo bloque gestionado por el mismo software lo que facilita enormemente su deployment y evolucionarlo de acuerdo a las necesidades. No todos los componentes sufren la misma evolución tecnológica, los discos y los chips o las pastillas de memoria en algún momento quedan obsoletos. Con nuestro modelo, no hay que esperar tres años para actualizar el hardware, se puede poner al día por separado de manera no disruptiva y sin migraciones masivas, o hacer crecer un elemento sin tener que tocar los otros, garantizando una escalabilidad infinita y protegiendo la inversión inicial”.

La configuración mínima de un HCI son dos bloques, para asegurar la redundancia de los datos y poder dar servicio de manera ininterrumpida desde una misma ubicación. Cada bloque consta de cuatro slots que pueden alternar almacenamiento flash, computación con hipervisor o quedar libres para futuras ampliaciones; por su flexibilidad de configuración, está pensado para empresas de mediano a gran tamaño que no tienen muy claro cómo va a ser su evolución a corto ni su dependencia a gestionar datos críticos. Por el contrario, si se prevé un uso intensivo de los datos, mejor optar por una solución convergente como FlexiPod que es 100% virtualizable; este sería el prototipo para casos de Industria 4.0. Se espera que el mercado HDI crezca un 65%, frente al de convergentes que lo hará al 5%.

Apuesta por el canal

“En cuanto a precios, no estamos posicionados ni entre los más baratos ni entre los más caros. Tenemos un modelo 100% canal, y en la última reunión de partners en Tallín (Estonia) esta misma semana la impresión generalizada es que fue un anuncio muy bien recibido por nuestros socios”, dice Francisco Torres-Brizuela, director de Canal y Alianzas de NetApp Iberia. “Los integradores de sistemas están muy ilusionados de poder acceder a tecnologías que en otras marcas se quedaban un poco cortas para el mundo Enterprise. Nosotros estamos ya en la segunda ola del HCI, cuando otros llegarán, pero igual ya no con el mismo nombre”. Y es que para poder estar ofreciendo estos productos ahora al mercado, hay que haber empezado a hacer los deberes hace por lo menos dos años atrás.

NetApp cuenta con 250 partners activos, aunque son más bien unos 70 los que llevan el peso de la marca. Se espera que este año se sumen quince nuevos VARs, en especial en la llamada ‘tercera plataforma’, y catorce alianzas verticales. La política de NetApp es premiar y fomentar más la implicación y ejecución de proyectos innovadores que el volumen de ventas per se. “Se trata de fomentar más la venta de soluciones que de productos por separado. El nuevo programa de canal para Services Providers busca ofrecer mayor rentabilidad, no solo por el margen de venta, sino por los servicios generados a su alrededor, en especial la formación específica”, apunta Torres-Brizuela.

En este punto, se destacó la creación de ‘másters’ especializados más allá de los habituales generalistas, puesto que los partners reclaman mayores conocimientos en best practices. Todavía falta por definir el contenido de estos cursos, que tendrán una duración de seis meses y serán impartidos por la NetApp University, pero sin duda el primero versará sobre las posibilidades del HCI.

También se extenderán jornadas del tipo DevOps Day, reservada a técnicos y desarrolladores, donde se trasteen tecnologías “en directo” como snapmirror y se ponen en prácticas casos de uso de contenedores Docker. La última campaña de Backup-as-a-Service generó 170 acciones de marketing y más de 50 cursos (¡más de uno por semana!) con 150 certificaciones nuevas.

Otras acciones para fomentar la marca en el canal consisten en una promoción 3 x 2 en la que llevando tres clientes uno sale gratis, o el sistema NextCredit que permite generar un crédito por la compra de una máquina que pueda ser canjeado en el futuro por producto de NetApp, pero no el que determine el distribuidor, sino el usuario: más memoria, otro procesador, all-flash array... Sin duda, NetApp hizo bien en abandonar el monocultivo y apostar por la huerta.

Disponible en:

http://www.silicon.es/netapp-fia-crecimiento-futuro-software-principal-driver-la-nube-2342588?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+silicon-news%2Fes+%28Silicon.es%29 [1]

Links

[1] http://www.silicon.es/netapp-fia-crecimiento-futuro-software-principal-driver-la-nube-2342588?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+silicon-news%2Fes+%28Silicon.es%29