

Pauta CTP 1 - Estrategia

Pregunta	A	B	C	D	E
1		X			
2			X		
3			X		
4			X		
5	X				
6		X			
7			X		
8		X			
9	X				
10			X		
11	X				
12			X		
13	X				
14			X		
15			X		

1. B. OpenAI necesitaba atraer más capital debido al aumento de los costos en potencia computacional y talento necesario para sus investigaciones de IA, los cuales no podían ser cubiertos solo con donaciones.
2. C. Microsoft invirtió \$1,000 millones y se convirtió en el socio preferido de OpenAI para la comercialización de tecnologías de IA, influyendo en su dirección estratégica.
3. C. OpenAI fue fundada con la misión de avanzar en la inteligencia digital de manera que beneficie a la humanidad, sin estar restringida por la necesidad de generar retornos financieros.
4. C. La gobernanza de OpenAI incluye múltiples stakeholders, con los inversores proporcionando financiamiento, los empleados impulsando la innovación y la comunidad de IA influyendo en la alineación de su misión.

5. A. OpenAI enfrenta una intensa competencia de otros grandes actores tecnológicos como Google, Microsoft, y Meta, en un sector que evoluciona rápidamente y requiere innovación constante.
6. B. Tesla vio potencial en el mercado indio debido al crecimiento de la demanda de vehículos eléctricos, impulsado por preocupaciones ambientales y políticas gubernamentales más favorables.
7. C. Al establecer una planta local, Tesla podría aprovechar incentivos fiscales y subsidios gubernamentales, además de reducir costos de transporte, mejorando su rentabilidad en el mercado indio.
8. B. Importar vehículos a corto plazo permitiría a Tesla evaluar la aceptación del mercado y ajustar su estrategia antes de hacer una inversión mayor en producción local.
9. A. Una red de carga propia aseguraría que los usuarios de Tesla tengan acceso a puntos de carga confiables, mejorando la conveniencia y la propuesta de valor de sus vehículos.
10. C. Con un aumento en la renta disponible, los consumidores en ciudades grandes pueden mostrar mayor disposición a comprar vehículos eléctricos premium.
11. A. Facebook buscaba aumentar su presencia global, especialmente en mercados emergentes donde WhatsApp ya tenía una gran base de usuarios.
12. C. Facebook no implementó una monetización directa inmediata, prefiriendo enfocarse en el crecimiento de usuarios y la integración en su ecosistema antes de generar ingresos.
13. A. La cantidad que Facebook pagó por WhatsApp, más de 19 mil millones de dólares, fue considerada muy alta, lo que generó preocupaciones sobre la sobrevaloración.
14. C. La compra de WhatsApp ayudó a Facebook a fortalecer su ecosistema de mensajería, con Instagram y Messenger también bajo su control.
15. C. La fusión generó preocupaciones sobre la privacidad de los usuarios, lo que llevó a un aumento en el uso de alternativas como Telegram y Signal.