**COWORKING UPA**

**F**

**O**

* Las actividades están exentas de IVA, lo cual puede funcionar como un enganche para que el cliente no page montos extras y lo convenza de quedarse en el coworking.
* El nombre de la institución le aporta valor al área.
* Hay muy buenas reseñas en redes sociales sobre la universidad, es común encontrar recomendaciones del lugar y se puede utilizar como un atractivo para que el cliente visite el coworking.
* Las instalaciones de la universidad están en buenas condiciones y tienen buena reputación.
* Existe la ventaja de que a diferencia de algunos coworking de la ciudad, se cuenta con un estacionamiento propio y sin ningún costo.
* Se genera un apoyo a los emprendedores con la incubadora de negocios (INCUPA) la cual tiene referencias cómo consolidar nuevas empresas creadas por los mismos estudiantes.
* Innovación en el sector educativo.
* Ofrecer una buena experiencia de compra, ser percibidos por el cliente como una opción singular y original.
* Es necesario establecer un personal fijo que se encargue del área, tanto en la recepción como en estar ofreciendo los servicios que se tienen como impresiones o bebidas.
* Buscar alianzas que puedan aportar valor al coworking y se puedan adquirir nuevos clientes aparte de que ayuden a aumentar las fortalezas y a disminuir las debilidades.
* Eventos de Networking o “Pitcheo” que se pueden tomar como una estrategia laboral que consista en crear una red de contactos con personas que tienen intereses similares entre sí.
* Buena imagen en el exterior e interior del área, buscar que sea atractivo para el cliente.
* Áreas de descanso y esparcimiento donde la gente pueda distraerse leyendo un libro, platicando o con cualquier otro entretenimiento.
* Los espacios de coworking actuales en el mercado están mas enfocados a los espacios que a la comunidad y colaboración, creando oportunidad de diferenciación.

* La competencia siempre será una amenaza constante en cuanto a los servicios o las instalaciones que brindan.
* La situación económica, se deben de acoplar los gastos y presupuestos del coworking acorde a lo que la universidad pide.
* Cambios en las necesidades y preferencias de los clientes en cuanto a cambiar de opinión ya sea que les disguste la localización, el horario o cualquier otro inconveniente.
* La pandemia actual por la que pasamos puede influir en la decisión de visitar o no el coworking ya sea por procesos de limpieza y sanitización o el preferente aislamiento de las personas.
* El inconveniente de los accidentes se puede solucionar contando con algún tipo de botiquín para en caso de cualquier situación que se pueda presentar.

**A**

* La ubicación es un factor que puede hacer que el cliente se decida por otro coworking más cerca del de la ciudad.
* No se ha definido un horario fijo sobre como trabajará el coworking.
* Aún no ha sido establecida una sala de juntas.
* El área necesita reconocimiento, por ser muy reciente pocas personas sabrán sobre su operación.
* La prohibición de bebidas alcohólicas en la institución provoca una desventaja en cuanto a los servicios que se pueden ofrecer en comparación con otro coworking.
* Dado que se hará la recién apertura del área, puede que se presente la falta de experiencia del manejo del coworking
* Excesos de capacidad, en caso de que se hagan flujos frecuentes de clientes y se excedan los espacios disponibles del área.

**D**