

CANALES

FIT & EAT utiliza una combinación de canales físicos y digitales para conectar con los clientes en todas las etapas del proceso, desde el descubrimiento de la marca hasta la experiencia final en el centro. En primer lugar, el **centro físico** es el canal principal donde se desarrolla la experiencia completa: el cliente accede al análisis corporal con IA, disfruta de menús saludables personalizados, realiza entrenamientos y utiliza la zona de relax. Este espacio se convierte en el núcleo de interacción y fidelización, ya que permite vivir de primera mano la propuesta integral de bienestar.

Para ampliar el alcance y facilitar la comunicación continua, FIT & EAT utiliza una **aplicación móvil propia**, que actúa como canal digital clave. A través de ella, cada usuario realiza seguimiento de su actividad, registra comidas, participa en retos y accede a planes nutricionales y deportivos personalizados. La app también podrá enviar recordatorios, retos, notificaciones de progreso y promociones, manteniendo el vínculo con el cliente incluso fuera del centro.

La **pulsera** funciona como canal tecnológico de uso diario. No solo permite el acceso al gimnasio y el pago interno, sino que también conecta al cliente con el ecosistema FIT & EAT, reforzando una experiencia continua y sin fricciones.

En cuanto a los canales de comunicación y captación, FIT & EAT se apoya en **redes sociales**, especialmente [Instagram](#) y [TikTok](#), donde muestra transformaciones reales, consejos de bienestar, recetas sanas y contenido motivacional que conecta con un público joven y urbano. Aparte de eso, se utilizarán campañas locales, colaboraciones con influencers fitness y anuncios segmentados para atraer a nuevos usuarios.

Por último, se emplea una **página web informativa**, donde cada usuario puede conocer la propuesta de valor, consultar precios, reservar visitas de prueba y obtener información detallada de los servicios.

