Curves estira el negocio del gimnasio femenino
Santiago Hernández

Son 11.000 centros en un total de 63 países y siguen estirando la red y dando músculo a su negocio, pese a la crisis. A Curves, la cadena multinacional fundada por Gary Heavin en el año 1992 en Harlingen, una pequeña localidad de Tejas (Estados Unidos), le gusta definirse como una compañía de bienestar físico y pérdida de peso exclusivo para mujeres cuya cobertura internacional se basa en el régimen de franquicia.

Gary Heavin, un empresario con experiencia en el sector del bienestar físico orientado a la prevención de enfermedades, decidió crear un espacio para la mujer que uniera ejercicios e información nutricional con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus socias.

La compañía, en tan solo tres años de actividad, logró un nivel de popularidad que su fundador decidió desarrollar proyectos para ofrecer franquicias de su proyecto. Así la empresa se expandió rápidamente y en tres años logró 1.000 centros. Ahora ya son 11.000 en 63 países. La facturación total de la cadena es de 1.000 millones de euros.

Al ser el único gimnasio exclusivamente femenino es el único permitido en países árabes. De hecho, las mujeres musulmanas que viven en Occidente sólo pueden acudir a estos centros.

La empresa llegó a España en el año 2000 donde se estableció el primer gimnasio Curves en Europa. En los ocho años transcurridos, la firma se ha convertido en la mayor red nacional de centros fitness, con 150 centros, más de 50.000 socias y unas ventas anuales de 15 millones de euros, según ha señalado Roberto Rodríguez, director general de la firma para España y Portugal.

El método que ofrece está especialmente diseñado para mujeres a partir de 35 años, con programas de media hora tres días a la semana para poder compaginar la vida laboral y la familiar. Su propuesta física, dice Roberyo Rodríguez, se compone de un circuito que estabiliza el metabolismo a través de un entrenamiento de fuerza alternado con ejercicios aeróbicos.

Nacido en EE UU y con fuentes de implantación en Canadá y México, la entrada en España de esta firma se hizo en Guadalajara y desde entonces ha creado una red en las principales ciudades españolas. En la actualidad, la empresa cuenta con 170 centros vendidos en España, de los que 150 están abiertos. "La crisis ha hecho que el nivel de inscripciones haya bajado un poco pero se mantiene a buen ritmo", ha señalado Rodríguez. El objetivo es llegar a los 300 centros en 2012. En principio, los clientes parecen que buscan en el gimnasio un método para olvidar la crisis económica. -

Disponível em: <http://www.elpais.com> Acesso em: 6/8/2008.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.