

FITNESS

Peloton diversifica y lanza servicios para empresas

Wayfair, Samsung, SAP, Accenture y Sky ya han firmado acuerdos con Peloton. El servicio está disponible en Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Alemania y Australia.

Palco23

22 jun 2021 - 18:50



Peloton diversifica su negocio. La compañía de *home fitness* ha anunciado el lanzamiento de Peloton Corporate Wellness, un nuevo programa que ofrecerá contenido de la marca y productos conectados a empresas y organizaciones de Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Alemania y Australia. El objetivo es que las empresas puedan ofrecer recursos de salud mental y física a sus trabajadores

“La introducción de Peloton Corporate Wellness en el mercado es el último paso para hacer que la experiencia Peloton sea más accesible”, ha comentado el presidente de Peloton, William Lynch. “A lo largo de los años, hemos trabajado para ayudar a nuestros miembros a lograr estilos de vida más saludables y felices: Peloton Corporate Wellness es la extensión natural para aumentar esa oferta”, ha comentado.

A partir de hoy, las empresas pueden ofrecer acceso subsidiado a membresías de Peloton y beneficios exclusivos en sus productos. Los socios de Corporate Wellness

recibirán acceso a funciones empresariales personalizadas para ayudar a impulsar un compromiso sólido, reducir la carga de trabajo administrativa y medir su impacto, todo a través de una plataforma segura y fácil de usar. Peloton Corporate Wellness también tiene como objetivo ayudar a las organizaciones a impulsar el compromiso y la retención de los empleados.

Peloton Corporate Wellness también tiene como objetivo ayudar a las organizaciones a impulsar el compromiso y la retención de los empleados

Wayfair, Samsung, SAP, Accenture y Sky, en el Reino Unido, han sido las primeras empresas en asociarse con Peloton Corporate Wellness. Los empleados de estas empresas recibirán una variedad de opciones que incluyen acceso gratuito a la aplicación Peloton y beneficios exclusivos en fitness conectado productos para apoyar la formación de equipos y los hábitos saludables de trabajo para motivarse mutuamente".

La compañía registró una facturación de 1.262 millones de dólares en el tercer trimestre fiscal de 2021 (finalizado en marzo), por lo que más que duplicó el negocio de 524,6 millones de dólares del mismo periodo del año pasado. La facturación acumulada en los nueve meses del año fue de 3.085 millones de dólares. El aumento de la facturación se ha producido por la inversión de la empresa para acelerar la velocidad de las entregas y por la fuerte demanda del *home fitness* que se mantiene por la pandemia.

Pese a este crecimiento, la empresa no pudo evitar entrar en pérdidas en el tercer trimestre, con unos números rojos de 8,6 millones de dólares, frente a los 55,6 millones del año anterior, derivados de los planes de inversión de la compañía. Sumando los tres primeros trimestres del año, Peloton registró unos números negros de 124,2 millones de dólares. El resultado bruto de explotación en el tercer trimestre fue de 63,2 millones de dólares, frente a 23,5 millones del tercer trimestre del año pasado.