

# Kippel<sup>01</sup>

EMPRESA

## Homuork seduce a Twitter con sus cursos online y supera el millón de euros

La compañía española, especializada en la creación de cursos online para empresas, ya ha brindado sus servicios a grupos como Danone, Porsche, L'Oréal o Unibail Rodamco, entre otros.

15 FEB 2017 — 05:00

POR KIPPEL01



*Xavier Orri y Alexandra Maratchi, fundadores de Homuork. Foto de Cèlia Atset.*

**Homuork** toca a las puertas de todas las grandes compañías con sus cursos online bajo el brazo. Desde *social networking* hasta cómo dejar de fumar, pasando por la igualdad de género en el entorno laboral, la compañía que fundaron **Alexandra Maratchi** y **Xavier Orri** en 2013 ya ha conseguido afianzar su posición en el mercado de la educación online, seducir a compañías como **Twitter** y superar la barrera del millón de euros en 2016.

**Homuork** es una compañía española especializada en la creación de cursos online corporativos. Los artífices de la empresa, Maratchi y Orri, empezaron a gestar la idea cuando vivían en Francia. Maratchi, consejera delegada **Homuork**, procedía de la escuela de negocios Esade y viajaba frecuentemente a Inglaterra para realizar cursos de *training*. “Al volver a Francia no podía acceder al contenido que había aprendido, algo fallaba a nivel de organización”.

Orri, cofundador y director de operaciones, le sugirió a Maratchi que probara con la plataforma **Coursera**. En ese momento, la empresaria se dio cuenta de que tenía “un interés por

1/3

<https://www.kippel01.com/empresa/homuork-seduce-a-twitter-y-privalia-con-sus-cursos-online-y-supera-el-millon-de-euros.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

# Kippel<sup>01</sup>

## EMPRESA

otras facetas que tuvieran un impacto de transformación social”. A partir de allí, ambos jóvenes dejaron sus respectivos trabajos y empezaron a montar el plan de negocio en París, pero a los pocos meses instalaron su base en Barcelona.

## Grupos como Twitter, Danone o Porsche se encuentran entre los clientes de Homuork

Danone fue uno de los primeros clientes de **Homuork**, pero hoy en día, sus *spocs* (*small private online course*, en inglés) ya se han colado en compañías como **Privalia**, L’Oréal, la promotora Unibail Rodamco o **Twitter**. El grupo ya cuenta con una cartera de cincuenta clientes, entre los que destacan **Banco Sabadell** o el Ayuntamiento de Barcelona (que solicitó un curso de inglés para los taxistas de la capital catalana). De momento, los cursos online de **Homuork** han llegado a España, Reino Unido, Irlanda, Francia, Italia, Suiza, Alemania y Estados Unidos.

**Homuork** ha conseguido generar rentabilidad sólo un año después de su fundación. El grupo alcanzó el *break even* en 2014, en 2015 generó unas ventas de 250.000 euros y cerró 2016 con una facturación de un millón de euros. Para este año, la compañía no quiere desvelar previsiones de crecimiento, aunque su fundadora asegura que su propósito es “mantener el crecimiento sostenido de los últimos años”.

Esto le ha permitido mantener su independencia financiera en comparación con muchas otras *start ups*, que han optado por acudir a fondos inversores para apuntalar su crecimiento. Y, por el momento, Maratchi asegura que este tipo de financiación no está sobre la mesa.

Recientemente, la empresa ha vuelto a sus orígenes y ha cerrado otro acuerdo con Danone para brindarles apoyo educativo para sus trabajadores. El equipo de la compañía, que no supera la decena de trabajadores, se encarga de todo el proceso de producción, que puede durar unos tres meses.

### Diversificar para seguir creciendo

Seguir creciendo y convertirse en el referente **e-learning** en España es el objetivo que se ha marcado **Homuork**, un plan que van tejiendo a medida con la introducción de nuevas divisiones de negocio. “A mitad de 2016, empezamos a ver solicitudes más transversales de compañías que nos pedían contenidos similares, pero que no necesitaban un servicio de personalización completo”, asegura Maratchi.

Ante esta situación, la compañía decidió sumar una rama a su negocio y lanzó *Homuork Lab*, que ofrece cursos online aptos para cualquier empresa y que **Homuork** vende como si fueran licencias. “Esto nos permite acortar los tiempos y presentarnos ante el cliente para decirle: estas son las temáticas que tienen sentido”, explica la consejera delegado del grupo.

### E-learning, Mooc, Spoc: la transformación digital de la educación

Atemporal, global, flexible y con un coste inferior al de una formación laboral tradicional. Estos son

# Kippel<sup>01</sup>

---

**EMPRESA**

solo algunos de los cambios que han llegado de la mano de los *Spoc* en el seno de las grandes organizaciones; que han abrazado la transformación digital para adaptar la formación de sus trabajadores a las nuevas tecnologías.

“Un *Spoc* tiene la misma lógica pedagógica que un *Mooc* [*massive online open courses*, en inglés] pero tiene una vertiente más pequeña y privada”, expone Maratchi. Si bien es cierto que, hoy en día, tanto los *Spocs* como los *Moocs* cuentan con grandes adeptos, no hace tantos años que el sistema educativo empezó a dar sus primeros pasos en materia digital.

El primer síntoma de la transformación digital de la educación llegó con la gamificación de la formación, según señala el estudio *2016 Elearning Hype Curve Predictions*, de **Web Courseworks**. Posteriormente llegó la educación online gratuita, que fue la base sobre la que se expandieron los *Mooc*, término acuñado en 2008 por Dave Cormier y Brian Alexander en la Universidad Prince Edward Island.

El impacto de los *Mooc*, que ofrecen clases gratuitas de prestigiosas universidades como Harvard sin la necesidad de salir de casa, se extendió rápidamente por España. **Coursera**, **Futurelearn**, **Canvas Network** o **Miríada X** (creada por **Universia** y **Telefónica**) son algunas de las plataformas que ofrecen estos cursos en el país, que si bien reciben muchas inscripciones, la tasa de finalización del curso suele ser, más bien, baja.

Ahora, los *Spoc* y el aprendizaje semipresencial (*blended learning*, en inglés) han tomado el relevo como referentes del aprendizaje efectivo, en un mercado que en 2025 se espera que alcance los 325.00 millones de dólares (305.928 millones de euros) en 2025, según *Business Wire*.