

Kamila Rockova Founder & CEO y **Juan Eloy Hernández** director creativo de Morpheon

“No cambiamos de nombre para ser otros, sino porque ya no éramos los mismos”

Kamila Rockova (K.R.), Founder & CEO, y Juan Eloy Hernández (J.H.), director creativo, explican la evolución de Morpheon y su ambición de convertirse en una agencia europea de referencia para proyectos digitales ambiciosos.

Morpheon nace de la evolución de All-In Factory hacia una agencia europea de creatividad y tecnología, galardonada con varios premios internacionales.

Con sede en Barcelona y equipos en Francia y Suiza, trabaja en proyectos de branding, plataformas digitales, aplicaciones y experiencias para organizaciones e instituciones, con una apuesta por la excelencia, la



innovación y la colaboración a largo plazo. Entre sus trabajos figuran proyectos vinculados a la Agencia Espacial Europea y otras entidades de alcance internacional.

¿Por qué All-In Factory evoluciona ahora hacia Morpheon y qué representa este cambio?

J.H.- All-In Factory nació en 2016 con una idea clara: ofrecer

diseños funcionales con rapidez. Pero en 2022 nuestra forma de trabajar empezó a cambiar. Dejamos de centrarnos solo en entregar bien y a tiempo para profundizar más en cada proyecto, cuidar el proceso y buscar soluciones con más personalidad y recorrido. Ese cambio acabó chocando con nuestra identidad. El nombre Morpheon nace de Morfeo y Eón, y resume esa evolu-

ción: transformar una idea o visión en algo concreto, real y duradero. No cambiamos de nombre para ser otros, sino porque ya no éramos los mismos.

K.R.- Hoy somos más selectivos, dedicamos más atención a cada proyecto y priorizamos la calidad del resultado por encima del volumen. Queremos que esa evolución se traduzca en relaciones más estratégicas y duraderas con nuestros clientes, no solo en una nueva identidad de marca.

¿Qué define hoy a Morpheon?

J.H.- Nos define la capacidad de unir creatividad y tecnología. No entendemos el diseño como algo que solo debe verse bien, ni la tecnología como una simple herramienta de ejecución. Una buena idea tiene que convertirse en algo real, funcional y capaz de perdurar. Por eso nos atraen especialmente los proyectos complejos.

K.R.- A eso sumamos rigor, precisión y fiabilidad, con estándares suizos. Somos consultores antes que ejecutores. Nuestro objetivo no es solo entregar lo que el cliente nos pide, sino crear soluciones que generen negocio, atraigan al público adecuado y tengan un impacto real.

¿Qué habéis aprendido de los proyectos más complejos y hacia dónde queréis llevar Morpheon?

K.R.- Trabajar con organizaciones como ESA, Cruz Roja o instituciones públicas nos ha enseñado que, cuanto mayor es la complejidad, más importantes son el rigor, la anticipación y la capacidad de simplificar, especialmente en conformidad, seguridad y escalabilidad. Este nivel de exigencia lo trasladamos también a los proyectos privados.

En los últimos años, nuestro trabajo ha recibido reconocimientos internacionales como la Innovation Distinction 2025, Awwwards y CSS Design Awards. Nuestra próxima meta es convertir Morpheon en una de las agencias europeas de referencia para organizaciones y empresas que buscan un socio estratégico para sus proyectos más ambiciosos.