

Joan Roca (RocaJunyent): "Las firmas internacionales han visto un nicho al que no prestábamos atención"

El presidente ejecutivo de un despacho que celebra su 30 aniversario y que supera los 50 millones de facturación confía en competir (y convivir) con la llegada de despachos extranjeros. "Tenemos que acompañarnos"



Joan Roca, presidente y socio director de RocaJunyent.

Por **Alejandro Galisteo**

14/07/2026 - 05:00

"Si mi hija me preguntara si estudiar Derecho, le diría que sin duda". Con este optimismo mira al futuro de la abogacía **Joan Roca Sagarra** (Barcelona, 1969), presidente ejecutivo y socio director de **RocaJunyent**, una firma que en 2026 celebra su trigésimo aniversario. "En treinta años España ha cambiado mucho, su economía, sus empresas, su realidad social y el contexto político internacional. El despacho ha hecho el mismo recorrido", asegura el presidente ejecutivo, cargo que ostenta desde 2017, del bufete fundado por uno de los padres de la Constitución, [Miquel Roca Junyent](#).

Para el también socio director del bufete, el objetivo es que **Madrid cobre tanto protagonismo** en el despacho [como Barcelona](#), ciudad en la que nació el bufete y a la que le une un vínculo tanto emocional como familiar. "La ambición de toda la generación más joven es que Madrid gane mucho más peso", señala Roca para afirmar que entre sus planes está conseguir que la capital suponga la mitad de la facturación del despacho.

PREGUNTA. Treinta años después de fundar el despacho, ¿qué queda de aquella firma de 1996 y qué la hace irreconocible desde entonces?

RESPUESTA. La firma ha evolucionado lo mismo que el país. En treinta años España ha cambiado mucho, su economía, sus empresas, su realidad social y el contexto político internacional, y el despacho ha hecho el mismo recorrido. Hoy tenemos [una presencia internacional](#) que en 1996 (año de fundación de la firma) no habríamos soñado, una implantación en todo el territorio nacional que tampoco imaginábamos y un peso en el mundo de los

negocios en España que era la ambición desde el principio, pero que empezó, literalmente, abriendo una puerta y sacando el plástico de las sillas. Hay despachos que nacieron por entonces y no han tenido la misma capacidad de desarrollo, así que estamos muy satisfechos.

Dicho esto, a mí me obsesiona más lo que sigue igual que lo que ha cambiado. Lo que no ha cambiado es la ilusión, la ambición y la gente, gente distinta, pero que piensa y ambiciona igual. Y también el ADN de un asesoramiento muy pragmático, nada pretencioso ni académico, directo y con voluntad real de ayudar al cliente. Lo que sí ha cambiado sobre todo es la infraestructura y la dimensión.

P. Si tuviera que elegir un solo momento de inflexión en la historia de la firma, ¿cuál sería?

R. Antes de responder, un apunte que me gusta explicar. Menos del 10 % de las empresas que se constituyen hoy en España sobreviven diez años. Por eso llegar a los treinta produce una satisfacción enorme. Además, [una empresa evoluciona](#) de forma parecida a una persona: de los cero a los cinco años todo es ilusión y, si se alimenta bien, crece; de los cinco a los diez es la etapa feliz, en la que todo parece posible; y a partir de los diez o quince empiezas a mirarte al espejo con más ojo crítico.

El punto de inflexión llegó precisamente hacia los quince años de la firma, con el [relevo generacional](#). No fue un problema, pero sí una necesidad de cambio. Lo vivimos como un momento de reflexión con muchos socios, y lo más emotivo fue que los más senior estuvieron dispuestos a sacrificarse generosamente. Recuerdo una reunión de unos diez socios en la que tres de los más veteranos dijeron a los jóvenes: "Saldrá bien, porque sois buenos". Ese fue el momento más bonito. Queríamos un despacho acorde a las necesidades del país, como lo había sido hasta entonces, pero el país y sus empresas ya necesitaban otras cosas, y queríamos seguir estando ahí.

P. RocaJunyent se asocia mucho a Barcelona. ¿Qué supone Madrid hoy para la firma?

R. RocaJunyent nace en Barcelona en febrero del 96, pero el mismo día de su fundación ya estaba la decisión de abrir en Madrid; se abrió el 12 de septiembre de ese año, en cuanto encontramos local. Esa imagen tan de Barcelona la lleva el propio nombre, pero no el despacho, siempre hemos considerado Madrid y Barcelona en pie de igualdad. En los primeros años, Madrid pesaba un 5-10 % en la facturación; en la etapa siguiente se instaló en torno al 10-15 %, y hoy representa alrededor de [un tercio del negocio](#), un número muy consistente, ya se mire por facturación, EBITDA, empleados o metros cuadrados. La ambición de toda la generación más joven es que Madrid gane mucho más peso, y por eso aquí es clave un equipo joven, dinámico y con ganas, que no haga lo mismo dentro de cinco años que hoy.

P. ¿En qué números esperan cerrar el año y qué objetivos marcan sus planes?

R. Hacemos [planes estratégicos](#) bianuales. El último fue trianual, pero nos dimos cuenta de que las cosas, y nosotros, cambiamos muy rápido: el año pasado tuvimos que rehacerlo antes de tiempo porque ya habíamos cumplido en el segundo año los objetivos del tercero. El plan 2026-27 preveía cerrar 2026 en 50 millones y 2027 en 60, pero ya en 2025 hemos superado los 50. Así que el objetivo es cruzar la barrera de los 60 millones en 2026, y confiamos en lograrlo. La otra gran meta es llegar al 50-50 entre Barcelona y Madrid en 2030; es más una cuestión de filosofía que puramente numérica.

Todo ello se apoya en tres ejes transversales a todas las áreas ([fiscal](#), mercantil, procesal): internacional, digital y *upper mid market*. Es decir, nos enfocamos en la pyme de la parte alta, la que sitúa por encima de 25 millones su facturación y cuenta con más de 50 empleados. Cuando concurren estos elementos es donde de verdad aportamos valor añadido, porque al ser un despacho multidisciplinar podemos ver que detrás de un problema laboral hay, por ejemplo, un problema financiero, y trabajarlo de forma completa.

P. En 2023 crean Grupo RocaJunyent y desde entonces han integrado firmas en varias comunidades. ¿Por qué crecer sumando despachos locales y no de forma orgánica?

R. El crecimiento tiene que ir muy ligado a lo que decíamos al principio, no podemos perder nuestro ADN. Por eso, de forma mayoritaria, el crecimiento es orgánico, porque el inorgánico es donde se corre el riesgo de perder la

cultura y los valores. En el resto de España, más allá de Madrid y Barcelona, la lógica es algo distinta. Ahí lo más importante es el arraigo local, y por eso sí tiene sentido crecer integrando una o dos oficinas, como hemos hecho, porque nuestra forma de trabajar, muy próxima al cliente, encaja bien con ese tipo de asesoramiento en esas ciudades. Nuestro [posicionamiento nacional](#) no está cerrado del todo, pero ya es prácticamente el que queríamos. A partir de aquí, el crecimiento será sobre todo orgánico, con foco en Madrid y Barcelona, que son los polos de negocio del país.

P. Llegaron a tener oficina en Shanghái. ¿Sigue activa la apuesta internacional?

R. Tuvimos oficina en Shanghái, y fuimos una de las tres primeras firmas en obtener licencia allí. Surgió con la [deslocalización del textil en Cataluña](#) y de la industria en general, cuando muchas empresas se fueron a Asia; dos socios valientes decidieron dar el paso. Ayudamos a mucha de esa gente y para ellos fue muy positivo, aunque era un negocio pequeño. Con la crisis financiera de 2007, las operaciones que esperábamos dejaron de producirse, y en 2011 decidimos dejar la oficina. Mantenemos muy buena relación y seguimos teniendo trabajo allí.

Hoy nuestro foco es España, tanto para el cliente internacional como para el nacional. Creemos que aún tenemos recorrido suficiente aquí como para no abrir fuera. Además, fuera contamos [con la red TerraLex](#) y con otras muy buenas redes con las que trabajamos mucho; el crecimiento del negocio internacional en los últimos años ha sido espectacular.

P. Cada vez más firmas internacionales, británicas y ahora americanas, como Gibson, se instalan aquí. ¿Se puede competir?

R. Creo que sí, y que [podemos ser todos compatibles](#). Han visto que aquí hay un nicho de mercado, y quizá es cierto que no le estábamos prestando suficiente atención. Pero para una firma americana es muy difícil llegar aquí con tanta escala. Solo nosotros somos unos 200 abogados, pero si piensas, por ejemplo, en Uría, pues son muchísimos más. Competirán en un asunto o en otro, pero como marca es distinto. Ahí tenemos que ser todos muy abiertos y acompañarnos. Nuestro objetivo debe ser que, con la llegada de las firmas internacionales, el país no pierda el nivel de prestación de servicios que ha tenido hasta hoy, tanto en el derecho de los negocios como en general. Nos gustaría tener un papel en mantener ese nivel y, sobre todo, en mejorarlo, porque creo que hay mucho recorrido de mejora.

P. ¿Qué polos geográficos son hoy los más activos?

R. A veces olvidamos que Europa es el principal. Cuando digo Europa, incluyo Portugal, porque hoy hay una necesidad de pensar en clave ibérica y prueba de ello es que [muchos competidores abren en Lisboa](#). Londres está muy ligado a los grandes fondos, y Europa a las operaciones más estructurales, de fusión y de negocio, más que a la inversión puramente financiera. En definitiva, Europa y Estados Unidos siguen siendo los dos grandes referentes. Por otra parte, Latinoamérica está siempre presente y trabajamos mucho con la región, pero no tiene el peso de Europa y EEUU. Por último, lo que más está creciendo, y de forma muy llamativa en los dos últimos años, es lo que llega desde China y desde la India.

P. Uno de los grandes fenómenos del sector es la entrada de fondos. ¿Qué opinión le merecen? ¿Les han llamado?

R. Debemos tener una firma muy sólida porque aunque nos han llamado, como a todos, lo han hecho con algo menos de intensidad que a otros en situación parecida. No es nuestro tema, pero [el fenómeno ya está impactando](#) y tiene una parte muy positiva. Aporta capacidad inversora a despachos que no acababan de crecer, y que firmas más jóvenes o de menor volumen puedan ganar tamaño es bueno para el sector y para el país. La gran incógnita es el siguiente paso, lo que vendrá después.

P. La IA es otro gran tema. ¿Cómo la ve y cómo la está implementando en el despacho, también pensando en los juniors?

R. Ponerle puertas al campo es absurdo. [Va a suponer cambios importantes](#), pero estamos en un momento en el que todavía no sabemos descifrar cuáles serán, y eso a veces nos empuja a ser demasiado tajantes y a dar por

hecho un impacto negativo que yo no veo por qué tiene que producirse. Si mi hija me preguntara si estudiar Derecho, le diría que sin duda. El mundo necesita gente que crea en el Derecho. Y la IA, además, abre una ventana muy interesante para que los jóvenes hagan carreras que no pasen necesariamente por un gran despacho, como ocurrió con las fintech o los seguros.

Nos preocupó desde el primer día y fuimos de los primeros en adoptar Legora, sobre todo por una obsesión que debería ser dominante en cualquier despacho, como es la confidencialidad de los datos del cliente. No puedes arriesgarte a que tu gente use estas herramientas en casa y acabe poniendo datos en la red. ¿Ha supuesto cambios? Sí. ¿Tenemos menos juniors? No. El cambio está en la eficiencia y en la capacidad de ofrecer un "llave en mano" mucho más completo. Con el mismo esfuerzo y la misma factura, puedo hacer mucho más. Eso exige más capacidad multidisciplinar, no menos plantilla. Hay jóvenes cuyo papel ya no es el de antes, pero eso no significa que no tengan papel. Los abogados hemos sido siempre muy reactivos y llevamos décadas intentando ser proactivos; ahora, por primera vez, nos piden A y podemos ofrecer A, B y C de forma muy completa.

P. ¿Qué papel tiene hoy Miquel Roca dentro de RocaJunyent?

R. No tiene papel ejecutivo ni en el consejo de administración. Pero prefiero explicarlo de otra manera. Su relación con la casa siempre ha sido de respeto absoluto hacia cualquier socio o socia, y cuando además hay familia de por medio eso todavía cuesta más. Desde el año 23 su papel es ejemplar por lo respetuoso. Hay cosas que entiende que no le tocan, y siempre lo ha respetado, tanto conmigo como en su día con el resto de socios fundadores, siempre ha respetado a quien dirige el despacho, un asunto o un cliente.

En 2023 fue unánime entre los socios que el despacho necesitaba un cambio. No me eligieron a mí solo, sino junto a otros siete, y desde entonces trabajamos juntos en el consejo. Nos gusta compartir mucho las decisiones. Hoy somos más de 45 socios, y buscamos que se sientan involucrados y decidir casi siempre por unanimidad.

P. La firma nace con el apellido de uno de los padres de la Constitución. ¿Cómo ve hoy ese texto y su vínculo con la situación política actual?

R. Lo que subyace tanto a la Constitución como a estos casi cincuenta años es la creencia en un país. Este despacho cree en la gente de este país, en sus empresas, en su modelo de negocio y en su economía. Estamos en un momento difícil, ha habido otros, pero lo que llevamos con orgullo es que nuestro nombre se vincula a una ilusión y una convicción por la realidad del país. Prefiero no hablar de lo malo, siempre ha habido épocas malas, sino de lo bueno: creemos que este país vale mucho la pena y que desde hace muchos años se están haciendo las cosas bien. Esa convicción es la que nos hace levantarnos cada mañana y entrar en una reunión sabiendo que encontraremos una solución, porque en este país hay gente muy buena, muy preparada y muy ilusionada. El nombre y la Constitución responden a eso; por ahí va el vínculo, no mucho más allá.

P. ¿Qué quiere que sea RocaJunyent dentro de diez años, en el 40 aniversario?

R. Nos gustaría seguir siendo un top 10, como hasta hoy. Con humildad, pero también con cierta chulería, creemos que representamos una forma de prestar servicios jurídicos que quizá no existía como la practicamos nosotros, y con la que una parte de los clientes se siente cómoda. Nos gustaría que esa manera de hacer se mantenga, porque ayuda al país. Y, mirándolo un poco más allá, nos gustaría haber contribuido a que la economía y el derecho de los negocios en España mantengan el alto nivel que han tenido desde los años 90, prestado mayoritariamente por despachos españoles.