

Entrevista a Lucía Frías, nueva responsable de Negocios Especializados de BBVA

“La franquicia tiene cada vez más peso y hacía falta un espacio como FIS donde poder encontrarse”

Hablamos con Lucía Frías, quien asume la responsabilidad de Negocios Especializados de BBVA en un momento clave de transformación, con el objetivo de profundizar en la especialización y ofrecer soluciones cada vez más adaptadas a las necesidades reales de pymes y negocios.

En esta nueva etapa, Frías apuesta por reforzar el acompañamiento cercano y experto, consolidando el papel de la entidad como socio estratégico en el crecimiento empresarial. Y en este contexto, destaca el valor de espacios como FIS, que se han consolidado como puntos de encuentro de referencia para el ecosistema de la franquicia, donde compartir conocimiento, detectar tendencias y fortalecer la comunidad profesional.

Para BBVA, participar activamente en estos entornos supone estar más cerca del cliente y aportar soluciones prácticas en financiación, gestión y transformación.

FIS: Asumes la responsabilidad de Negocios Especializados en BBVA en un momento de transformación del sector. ¿Qué visión quieres imprimir en esta nueva etapa y qué continuidad recoges del trabajo desarrollado hasta ahora?

Lucía Frías: Asumo esta nueva responsabilidad con muchísima ilusión en un momento clave para las pymes. Nuestro foco está en seguir avanzando sobre lo ya construido, evolucionando hacia un modelo aún más especializado, donde cada cliente sienta que las soluciones se adaptan de verdad a su realidad y a su momento.

Recojo un trabajo muy sólido que se ha venido desarrollando en negocios especializados y franquicias, donde ya hemos demostrado que cuando un cliente cuenta con un equipo que conoce su sector y le acompaña de forma cercana y experta, ese apoyo marca la diferencia en su día a día. Hemos ido más allá de la financiación, estando al lado de los clientes desde el inicio de sus proyectos, ayudándoles a ponerlos en marcha y acompañándolos en cada etapa de su crecimiento.

El siguiente paso es profundizar en esa especialización sectorial y en la construcción de propuestas de valor únicas y diferenciales. Estamos viendo cómo las empresas y los negocios crecen con gran dinamismo, demandando soluciones cada vez más personalizadas, más ágiles y orientadas a su expansión, incluso internacional.

Nuestro reto, y también nuestra gran oportunidad, es acompañarlos en ese camino desde la cercanía, combinando conocimiento sectorial, tecnología y sostenibilidad. Queremos ser no

solo su banco, sino un socio estratégico que entienda su realidad y les ayude a transformarse y crecer de manera sólida y sostenible.

P: BBVA ha sido históricamente un actor muy activo en el desarrollo del ecosistema de franquicia. ¿Cómo definirías hoy el papel de la banca en este modelo de negocio?

R: Creo que el papel de la banca queda claramente reflejado en el Servicio Integral de Franquicias de BBVA, que responde de forma clara a las necesidades actuales de este modelo de negocio.

La franquicia no necesita solo financiación en el momento inicial sino que demanda un acompañamiento continuo: desde antes de la apertura, durante todo el proceso de puesta en marcha, en la gestión diaria y también cuando el negocio crece o se expande.

Y ahí es donde está la diferencia. En entender bien cómo funciona cada sector y cada marca, y en poder ofrecer soluciones que le faciliten la vida al cliente, desde la gestión de cobros y pagos hasta herramientas que le ayuden a tener control sobre su negocio sin complicarse.

Ese enfoque integral, especializado y cercano es lo que aporta valor real. Es lo que el cliente necesita en su día a día y lo que marca la diferencia en cómo vive y desarrolla su negocio.

P: El perfil del emprendedor en franquicia está evolucionando. ¿Qué tipo de cliente estáis viendo hoy y cómo está cambiando su forma de abordar la inversión?

R: El perfil del franquiciado ha evolucionado mucho en los últimos años. Hoy es un cliente más informado y con una visión muy clara de lo que necesita para poner en marcha su negocio.

Vemos principalmente dos perfiles. Por un lado, emprendedores locales que buscan una oportunidad de autoempleo o de desarrollo cerca de su entorno, muchas veces muy vinculados a su territorio. Y por otro, pymes ya consolidadas que ven en la franquicia una forma de diversificar, complementar su actividad o impulsar su crecimiento.

Aunque son perfiles distintos, comparten algo muy importante: quieren emprender con respaldo, pero sin renunciar a su autonomía. Buscan un modelo que les dé seguridad, pero que al mismo tiempo les permita gestionar su negocio con independencia.

Y ahí está una de las claves de por qué la franquicia funciona tan bien. Porque combina ese equilibrio entre independencia y acompañamiento: el de la marca, el del propio sector y también el de entidades que están a su lado en todo el proceso.

Además, es un perfil cada vez más enfocado en la eficiencia, la digitalización y la sostenibilidad, porque sabe que todo eso impacta directamente en la rentabilidad y en la competitividad de su negocio.

P: FIS se ha consolidado como uno de los grandes puntos de encuentro del sector. ¿Qué valor tiene para BBVA estar presente como patrocinador principal en un entorno como este?

R: El FIS nació como una respuesta a una necesidad clara del sector. La franquicia tiene cada vez más peso y un mayor nivel de profesionalización, y hacía falta un espacio donde poder encontrarse, compartir experiencias, analizar tendencias y, sobre todo, generar comunidad.

Hoy vemos cómo el FIS ha evolucionado y se ha consolidado como uno de los grandes puntos de encuentro del sector y nos sentimos tremendamente satisfechos de haber ayudado a que hoy estén presentes más de 140 marcas, alrededor de 2.500 profesionales previstos.

A los que participan, les permite entender hacia dónde va el mercado, compartir buenas prácticas y acceder a ideas y soluciones en ámbitos clave para su negocio como la innovación, la digitalización o la sostenibilidad.

Para nosotros, estar presentes tiene mucho que ver con eso, con estar cerca del cliente, escuchar qué necesita y acompañarle mejor. Lo hacemos con equipos especializados durante el evento y participando activamente en mesas y debates, compartiendo soluciones reales en financiación, gestión y transformación del negocio.

En definitiva, es una oportunidad de estar donde está el sector y aportar valor de forma práctica, en un momento clave de su evolución.

P: Mirando a medio plazo, ¿cómo crees que evolucionará el modelo de franquicia y qué papel jugarán entidades como BBVA en ese futuro?

R: Todo apunta a que el modelo de franquicia va a seguir creciendo en los próximos años, apoyado en una base muy sólida. Según datos de la AEF, hoy hablamos de cerca de 1.400 marcas, más de 78.000 establecimientos, una facturación superior a 27.600 millones de euros y más de 318.000 empleos directos en España. Son cifras que reflejan la fortaleza y la madurez del sector

Vamos a ver más diversificación de sectores, estructuras más profesionalizadas y digitalizadas y una mayor exigencia en términos de eficiencia y sostenibilidad. Y eso implica que el cliente necesitará cada vez soluciones más innovadoras, más ágiles y mejor adaptadas a su situación.

Nuestro papel será cada vez más relevante como socios estratégicos del ecosistema, no solo facilitando financiación, sino aportando conocimiento sectorial, herramientas digitales, soluciones de gestión y capacidades de análisis que ayuden a tomar mejores decisiones.. Porque, en definitiva, queremos facilitar que cada proyecto funcione, evolucione y tenga recorrido a largo plazo.