vinetur

topStar impulsa las reseñas de 150 locales

La plataforma dice haber logrado 90.000 opiniones positivas en seis meses

miércoles 22 de abril de 2026



Las opiniones en internet se han convertido en una pieza central para hoteles, restaurantes y bares. Una reseña favorable puede ayudar a llenar mesas o a mejorar la visibilidad de un negocio en Google Maps, mientras que una acumulación de valoraciones negativas puede lastrar su actividad durante semanas. Con esa idea como punto de partida, Álvaro Messa y Adrián Ortiz lanzaron en septiembre de 2025 topStar, un sistema pensado para aumentar el volumen de reseñas y mejorar la nota media de los establecimientos en la plataforma de reputación online más usada en España.

La empresa presenta su propuesta como una herramienta integral para el sector hostelero. Según explica, combina tecnología, automatización e inteligencia artificial para transformar la gestión de la reputación digital a través del equipo humano de cada local. El funcionamiento parte de una tarjeta vinculada al espacio del establecimiento en Google Maps, que se entrega a los clientes satisfechos cuando su experiencia todavía es reciente, con el objetivo de facilitar que dejen su opinión en ese momento.

La compañía sostiene que ese método permite elevar la probabilidad de recibir valoraciones positivas. También afirma que el sistema ayuda al responsable del negocio a saber qué empleado ha generado cada reseña, cuántas opiniones se han conseguido y qué volumen de satisfacción ha aportado el equipo. Con esa información, topStar dice que los establecimientos pueden reforzar la fidelización interna y reconocer el trabajo de sus empleados.

Entre las funciones que enumera figuran la captación activa de reseñas mediante tarjetas físicas con tecnología NFC y QR, el análisis inteligente de opiniones para convertirlas en indicadores sobre servicio, producto y experiencia, y la automatización de respuestas a las reseñas de Google Maps con ayuda de IA y orientadas al posicionamiento local. La plataforma añade un panel de control para seguir en tiempo real la evolución de la reputación de uno o varios negocios.

Desde su lanzamiento, hace seis meses, topStar asegura que trabaja con más de 150 locales entre restaurantes, bares, hoteles y otros negocios. La empresa afirma que ha conseguido más de 90.000 reseñas positivas y que ha ayudado a fidelizar a más de 1.000 empleados. Según su versión, la herramienta también ha servido para aumentar el volumen de reseñas mensuales y mejorar la presencia de los establecimientos en plataformas clave para captar clientes.

Álvaro Messa, CEO de topStar, sostiene que las reseñas se han convertido en el nuevo escaparate digital de la hostelería. Añade que muchos negocios ofrecen una buena experiencia cada día, pero que esa satisfacción no siempre se traduce en visibilidad online. En su opinión, el objetivo de la plataforma es que cualquier negocio pueda gestionar su reputación de forma estratégica, sencilla y medible, y convertir cada

experiencia de cliente en una oportunidad para la empresa y para su equipo humano.

La compañía también afirma que su solución permite ahorrar hasta quince horas semanales en la gestión diaria gracias a la automatización de procesos. A eso suma una visión analítica que, según explica, facilita la toma de decisiones en operaciones y marketing. Con esta propuesta, topStar se presenta como un aliado para la digitalización del sector hostelero en un momento en el que la visibilidad online y la reputación pesan en la actividad de los negocios locales.