vinetur

Reseñas de clientes en vinotecas y restaurantes: cuando una mala experiencia adquiere más relevancia que cien buenas

Plataformas como topStar permiten a hoteles, restaurantes o vinotecas multiplicar sus valoraciones online y aumentar, con ello, el número de reservas

lunes 27 de abril de 2026

ESCRITO POR CANALES DE COMUNICACION



En el contexto actual en el que vivimos, las opiniones online sobre los establecimientos y sus servicios se han convertido en un factor decisivo para ganar, o también perder, la confianza de los clientes. Esto sucede muy especialmente en el sector de la hostelería,

donde una buena opinión puede multiplicar el número de reservas de un restaurante o, por el contrario, la suma de opiniones negativas puede sumir al establecimiento en un bucle de mesas vacías del que es complicado salir. En nuestro país, además, por cultura o carácter, los españoles estamos acostumbrados a utilizar los portales y plataformas de reputación online para desahogarnos en momentos de enfado o crispación puntuales, más que para premiar un buen servicio recibido en un establecimiento.

Conocedores de este escenario y tras más de una década de trayectoria profesional en el ámbito del marketing digital especializado en el sector de la hostelería, Álvaro Messa y Adrián Ortiz lanzaron al público, en septiembre de 2025, topStar, un sistema integral que permite a los establecimientos hosteleros como hoteles, vinotecas, restaurantes o bares aumentar significativamente su volumen de reseñas y la nota media de las mismas en la plataforma de reputación online más utilizada en España, Google Maps, impactando directamente en su posicionamiento en búsquedas, en el número de reservas y ventas y en la fidelización de sus empleados.

Desde topStar nos cuentan que se combina tecnología, automatización e inteligencia artificial para transformar la gestión de la reputación digital a través del equipo humano de cada establecimiento, que entrega a los clientes satisfechos (cuando su experiencia es aún reciente) una tarjeta vinculada con su espacio en Google Maps para que compartan su opinión, sabiendo que hay una alta probabilidad de que ésta sea positiva. A través de esta tarjeta y su programación interna, el responsable del establecimiento puede saber qué empleado ha generado esa opinión, el número de opiniones generadas y el volumen de satisfacción generado por su equipo humano, pudiendo así fidelizarles y premiar su compromiso con la mejora de la empresa y su imagen.

Entre las principales funcionalidades de topStar destacan las siguientes, muy a tener en cuenta como importantes puntos de mejora que implementar en el negocio hostelero:

- Captación activa de reseñas mediante tarjetas físicas con tecnología NFC y QR, que facilitan al cliente dejar su valoración en segundos.

- Análisis inteligente de opiniones, que convierte las reseñas en marcadores medibles y accionables sobre servicio, producto y experiencia.

- Automatización de respuestas a las opiniones de Google Maps, generadas con IA y optimizadas para SEO y posicionamiento local.

- Fidelización del equipo humano, vinculando cada reseña al personal para mejorar su implicación, rendimiento y motivación.

- Panel de control global, que permite supervisar en tiempo real la evolución de la reputación de uno o varios establecimientos.



Desde topStar confirman que en solo 6 meses se han sumado a esta innovación más de 150 locales entre restaurantes, bares, vinotecas, hoteles y otros negocios, habiendo conseguido más de 90.000 reseñas positivas y más de 1.000 empleados fidelizados, incrementando su volumen de reseñas mensuales y mejorandosu presencia en plataformas clave para la captación de clientes: "Las reseñas se han convertido en el nuevo escaparate digital de la hostelería. Muchos negocios ofrecen una buena experiencia cada día, pero esa satisfacción prácticamente nunca se traduce en visibilidad online. Nuestro objetivo es que cualquier negocio pueda gestionar su reputación de forma estratégica, sencilla y medible, convirtiendo cada experiencia de cliente en una oportunidad de crecimiento para la empresa y su equipo humano", señala Álvaro Messa, CEO de topStar.

Además, estas soluciones permite a las empresas ahorrar tiempo en la gestión diaria —hasta quince horas semanales— gracias a la automatización de procesos, al tiempo que ofrece una visión analítica que facilita la toma de decisiones en operaciones y marketing.

Este tipo de plataformas se posicionan como un aliado clave para la digitalización del sector hostelero, en un momento en el que la visibilidad online y la reputación son determinantes para la competitividad de los negocios locales.