

# Competitive Analysis (Desk Research)

A continuación se presenta una tabla comparativa que analiza tres restaurantes de Granada con propuestas gastronómicas y ubicaciones similares: **Restaurante El Agua** (sitio principal), **Negro Carbón** y **El Mercader**. Este análisis evalúa aspectos clave de UX digital y presentación general:

Criterio UX	El Agua	Negro Carbón	El Mercader
Claridad del menú	Claro, bien organizado por categorías, aunque podría mejorar visualmente.	Menú claro con fotografías destacadas, estructurado y atractivo.	Menú visible en TripAdvisor con opiniones que facilitan decisiones.
Sistema de reservas	Sencillo y directo desde la web, accesible fácilmente.	Sistema integrado eficiente desde la web, visualmente claro.	Depende de terceros (TheFork, teléfono), menos optimizado UX.
Calidad Visual	Imágenes atractivas, aunque podría destacarse más el entorno y platos.	Imágenes profesionales destacando ambiente, gastronomía y entorno.	Fotografías subidas por usuarios, no gestionadas directamente, calidad irregular.
Adaptación móvil	Web responsive adecuada, navegación fluida y sencilla desde móvil.	Excelente adaptación móvil, interfaz clara, navegación fácil.	Buena adaptación por TripAdvisor, limitada al diseño estándar de la plataforma.
Contenido y storytelling	Contenido sencillo, poco storytelling visual o textual sobre su singularidad.	Storytelling visual atractivo, resaltando autenticidad, historia y valores.	Información útil pero básica, carece de narrativa específica del restaurante.
Opiniones y Social Proof	Sin integración directa de opiniones en su web.	Reseñas visibles y bien integradas generando confianza instantánea.	Opiniones claramente visibles por usuarios en TripAdvisor generando confianza.

## Valoración

**El Agua** ofrece una experiencia digital eficiente pero básica. Destaca en aspectos clave como la facilidad para realizar reservas y una estructura clara del menú. Sin embargo, frente a su competencia directa, tiene margen de mejora, especialmente en la calidad visual del contenido y en la integración de elementos emocionales y narrativos (storytelling), lo cual es esencial en el sector gastronómico para captar al usuario.

**Negro Carbón** destaca notablemente con una estrategia digital más cuidada: su sitio web transmite claramente su propuesta gastronómica mediante imágenes profesionales, un storytelling efectivo sobre su entorno histórico y una eficiente integración de opiniones, incrementando así la confianza y atractivo hacia usuarios potenciales.

**El Mercader**, aunque carece de un sitio web oficial, aprovecha bien la plataforma TripAdvisor, facilitando acceso a opiniones reales que influyen directamente en la toma de decisiones. Su debilidad radica en depender enteramente de terceros, limitando la personalización de la experiencia digital.

Por lo tanto, El Agua podría beneficiarse de una estrategia híbrida que combine la claridad y accesibilidad actuales con una mejora visual, una narrativa más emotiva y una integración activa de las opiniones de usuarios para competir eficazmente con Negro Carbón y El Mercader.