

MARINAS & PUERTOS

El *directorio*
de referencia
para conocer
quién es quién
en la *náutica*
española.

Toda la **actualidad informativa de
las marinas y puertos** a un solo clic.

Los **rankings** más importantes
del sector **portuario nacional**.



@marinasypuertos

marinasypuertos.com

Informe sobre la presencia e influencia digital de los principales puertos deportivos, marinas y clubes náuticos de España

1. Introducción

El presente informe analiza la presencia digital de los principales puertos deportivos, marinas y clubes náuticos de España a partir de su comunidad pública en redes sociales, tomando como referencia sus datos en Facebook e Instagram.

El estudio parte como actualización y ampliación del reportaje publicado por **PuertosDeportivos.info** el **7 de agosto de 2023** bajo el título “**Ranking de los 10 puertos deportivos españoles más influencers**”. Aquel primer trabajo permitió ofrecer una primera aproximación a la visibilidad social de distintas instalaciones náutico-deportivas españolas y abrió una línea de análisis centrada en la comunicación digital del sector.

PuertosDeportivos.info es un medio de comunicación especializado en la actualidad de los puertos deportivos y marinas de España, con atención a ámbitos como la economía azul, la náutica recreativa, el deporte, la responsabilidad social corporativa, la sostenibilidad, la actividad empresarial, la gestión portuaria, el turismo náutico y la relación de estas instalaciones con sus territorios. Desde esa perspectiva, el reportaje publicado en 2023 sirvió como punto de partida para observar cómo los puertos deportivos, marinas y clubes náuticos estaban construyendo su presencia pública en redes sociales.

A partir de ese documento inicial, el presente informe realiza una nueva revisión con datos actualizados, ampliando el enfoque hasta un **top 50 nacional** e incorporando una comprobación individual de perfiles sociales de puertos deportivos, marinas y clubes náuticos.

La primera barrida de datos se realizó entre el **2 y el 4 de julio de 2026**. Durante ese proceso se detectaron varias inconsistencias propias de la navegación y verificación en redes sociales: cuentas con nombres similares, páginas antiguas o poco actualizadas, perfiles no oficiales, diferencias entre “me gusta” y seguidores en Facebook, cifras redondeadas en Instagram, cuentas de grupos empresariales y perfiles secundarios vinculados a restauración, eventos o actividades concretas.

Tras esa primera revisión, se llevó a cabo una actualización posterior de los datos, corrigiendo posiciones, incorporando instalaciones relevantes que no habían quedado suficientemente reflejadas y revisando de nuevo los perfiles. La actualización final del ranking se cerró el **9 de julio de 2026**, fecha que debe tomarse como referencia definitiva de comprobación para este informe.

Por este motivo, se ha optado por pasar de un ranking inicial más reducido a un **top 50**, actualizando varias posiciones que aparecían anteriormente y corrigiendo posibles omisiones. Esta ampliación permite ofrecer una fotografía más realista del ecosistema digital de los puertos deportivos, marinas y clubes náuticos de España, evitando que el análisis quede condicionado únicamente por las primeras referencias disponibles o por datos desactualizados.

El informe no debe entenderse, por tanto, como una reproducción automática del ranking inicial, sino como una revisión ampliada, contrastada y corregida, orientada a ofrecer una visión más completa de la presencia digital actual del sector náutico-deportivo español.

Para más información, puede consultarse a través del teléfono **662 30 55 99** o del correo electrónico **marinasypuertos@gmail.com**, así como en los perfiles oficiales de **Marinas y Puertos** en Facebook, **facebook.com/marinasypuertos**, y LinkedIn, **linkedin.com/company/marinas-y-puertos**.

2. Entidad promotora del informe

El informe se enmarca dentro de la línea de análisis del **Observatorio de Marinas y Puertos**, una iniciativa vinculada al proyecto **Marinas y Puertos**, orientada a fomentar el conocimiento, la comunicación y la divulgación especializada en torno al sector náutico-deportivo, los puertos deportivos, las marinas, los clubes náuticos y la economía azul.

Marinas y Puertos nace con la vocación de ordenar, analizar y comunicar información útil para el sector, generando contenidos, estudios, rankings, directorios e informes que ayuden a comprender mejor la evolución de las instalaciones náutico-deportivas en España. Su propósito es contribuir a una mayor visibilidad del sector, facilitar datos comparativos y poner en valor el papel que los puertos deportivos y las marinas desempeñan en el desarrollo económico, turístico, social, deportivo, ambiental y territorial del litoral.

El proyecto está impulsado por **Antonio Tejada**, vinculado a la comunicación especializada en el ámbito náutico, portuario y de la economía azul.

Desde esta perspectiva, el informe se sitúa dentro de una forma de comunicación sectorial que busca explicar el valor de las instalaciones náutico-deportivas más allá de su función estrictamente portuaria. Los puertos deportivos, marinas y clubes náuticos no son solo espacios de amarre o actividad deportiva: también forman parte de la economía local, el turismo náutico, la cultura marítima, la sostenibilidad, la innovación, la formación, el ocio, la restauración, el deporte y la relación de los territorios con el mar.

En ese marco se inscribe el concepto de **Comunicación Azul**, entendido como una manera de contar, analizar y proyectar el valor del sector náutico-deportivo desde una mirada territorial, económica, social, deportiva y medioambiental. No se trata únicamente de difundir actividad náutica, sino de conectar esa actividad con el desarrollo de los destinos, la economía azul, la sostenibilidad, el turismo, la responsabilidad social y la cultura marítima.

La elaboración de este tipo de informes responde a una necesidad cada vez más evidente: disponer de datos comprensibles, actualizados y contextualizados sobre un sector que combina infraestructuras portuarias, turismo, deporte, empresas de servicios, gestión medioambiental, innovación, territorio y comunicación.

3. Objetivo del informe

El objetivo principal de este informe es elaborar un ranking revisado de los **50 puertos deportivos, marinas y clubes náuticos de España con mayor presencia digital en Facebook e Instagram**, utilizando como criterio cuantitativo principal la suma de sus comunidades en ambas redes.

El informe toma como referencia inicial el reportaje publicado por **PuertosDeportivos.info** el **7 de agosto de 2023**, bajo el título “**Ranking de los 10 puertos deportivos españoles más influencers**”, y lo actualiza ampliando el análisis a un **top 50 nacional**.

La finalidad no es solo actualizar cifras, sino ofrecer una lectura más completa y contextualizada de la visibilidad digital del sector náutico-deportivo español. Por ello, junto al dato numérico, el informe incorpora una explicación de cada instalación incluida en el listado, con el fin de situarla dentro de su contexto náutico, turístico, deportivo, empresarial, institucional o territorial.

Cuando la información disponible lo permite, también se destacan elementos diferenciales observados en sus canales digitales o en sus webs oficiales, como su posicionamiento, propuesta de valor, servicios, ubicación estratégica, orientación turística, actividad deportiva, dimensión comercial, enfoque institucional o papel dentro del territorio.

Este informe se plantea como una herramienta de análisis sectorial. Su objetivo es ayudar a comprender qué puertos deportivos, marinas y clubes náuticos han logrado construir una comunidad social más amplia, qué redes concentran mayor peso en cada caso y qué modelos de comunicación digital presentan una mayor capacidad de proyección pública.

El ranking no pretende medir la calidad absoluta de la comunicación ni establecer una clasificación definitiva de influencia reputacional. Su valor reside en ofrecer una fotografía comparativa de la comunidad pública acumulada en Facebook e Instagram a fecha de revisión.

4. Criterio de clasificación

Para la elaboración del ranking se ha utilizado un criterio homogéneo:

Seguidores totales = comunidad en Facebook + seguidores en Instagram

A partir de esa suma se ordenan las instalaciones de mayor a menor comunidad digital acumulada.

En Facebook se han tomado como referencia los datos públicos disponibles en la página revisada, ya correspondan a seguidores, “me gusta” o cifra pública equivalente. En Instagram se ha utilizado el número de seguidores mostrado públicamente por cada perfil.

Cuando las plataformas ofrecían cifras redondeadas o aproximadas, especialmente en Instagram, se han incorporado como datos estimados o aproximados, siguiendo el criterio de prudencia aplicado durante la revisión.

Este criterio no mide por sí solo la calidad de la comunicación, la interacción real, la reputación de marca, la influencia institucional, el alcance orgánico ni la conversión comercial. Sin embargo, sí ofrece una referencia útil para comparar el alcance potencial de cada puerto deportivo, marina o club náutico dentro de dos de las redes sociales más utilizadas por el sector.

El ranking debe entenderse como una clasificación de **comunidad social pública acumulada**, no como una medición absoluta de influencia, reputación o eficacia comunicativa.

5. Metodología de revisión

La metodología aplicada se ha desarrollado en varias fases.

5.1. Revisión del documento de partida

En primer lugar, se tomó como punto de partida el reportaje publicado por **PuertosDeportivos.info** el **7 de agosto de 2023**, que ofrecía un primer ranking de los 10 puertos deportivos españoles más destacados en redes sociales.

Ese trabajo inicial sirvió como referencia para identificar instalaciones relevantes y establecer una primera base comparativa. No obstante, no se consideró como una fuente definitiva para el presente informe, ya que las cifras de seguidores cambian con el tiempo y algunas instalaciones podían haber crecido, reducido actividad, cambiado perfiles, unificado cuentas o quedar fuera de aquel primer listado.

5.2. Ampliación y actualización del universo analizado

A partir de esa referencia inicial, se revisó un documento de trabajo actualizado con perfiles sociales de puertos deportivos, marinas y clubes náuticos de España. Esta segunda base permitió ampliar el análisis más allá del top 10 original y detectar instalaciones que podían tener una presencia digital significativa aunque no aparecieran destacadas en el primer ranking.

Durante esta fase se detectaron errores e inconsistencias vinculados a la navegación por redes sociales y a la identificación de perfiles oficiales. Entre ellos, cuentas duplicadas, perfiles con denominaciones similares, páginas antiguas, cifras públicas no homogéneas, perfiles de grupos empresariales, subcuentas de servicios complementarios y cuentas vinculadas a actividades secundarias.

Ante esta situación, se decidió ampliar el ranking hasta un **top 50**, actualizar varias posiciones y revisar de nuevo los perfiles incluidos. El objetivo fue evitar que el informe reprodujera una fotografía parcial o desactualizada del sector y construir, en su lugar, un listado más amplio, realista y útil.

5.3. Verificación individual de perfiles

Posteriormente, se revisaron de forma individual los perfiles de Facebook e Instagram asociados a cada instalación, priorizando las cuentas oficiales o corporativas principales.

En los casos en los que existían varias cuentas vinculadas a una misma instalación, se aplicó un criterio de prudencia: se seleccionó únicamente el perfil principal más

representativo de la marca, evitando sumar comunidades duplicadas, cuentas no oficiales, páginas antiguas, perfiles de eventos concretos, subcuentas de restauración, cuentas de actividades secundarias o canales que no representaran directamente al puerto, marina o club náutico.

Este criterio permite evitar duplicidades y ofrece una comparación más limpia entre instalaciones.

5.4. Corrección de omisiones y datos desactualizados

La revisión permitió detectar posibles omisiones relevantes y corregir datos que podían haber quedado desactualizados respecto al ranking inicial de 2023.

En este sentido, no se descartó ninguna instalación únicamente por no aparecer en una posición destacada en el documento de partida. Cada caso fue contrastado de manera específica para obtener un listado más ajustado a la realidad actual del sector.

Este punto es especialmente importante porque algunas marinas, puertos deportivos y clubes náuticos con peso turístico, comercial, deportivo o territorial pueden no aparecer correctamente reflejados en bases de datos previas, pese a contar con una comunidad digital significativa.

5.5. Revisión complementaria de webs oficiales y canales corporativos

Cuando ha sido posible, se ha tenido en cuenta la información disponible en las webs oficiales y canales corporativos de cada instalación para completar la interpretación cualitativa.

Esta revisión permite que el informe no se limite a una simple tabla de seguidores, sino que explique brevemente qué representa cada puerto, marina o club dentro del ecosistema náutico español: su ubicación, su perfil turístico o deportivo, su orientación comercial, su papel territorial, sus servicios, su actividad institucional o su posicionamiento dentro de la economía azul.

5.6. Fecha de comprobación y actualización de datos

La primera barrida de datos se realizó entre el **2 y el 4 de julio de 2026**, tomando como referencia los perfiles públicos de Facebook e Instagram de las instalaciones analizadas.

Durante esa revisión inicial se detectaron varios errores, omisiones e inconsistencias derivados de la propia navegación por redes sociales y de la identificación de perfiles oficiales. Entre ellos, cuentas duplicadas, denominaciones similares, perfiles antiguos, cifras

públicas no homogéneas, páginas de grupos empresariales, subcuentas de servicios complementarios y perfiles vinculados a actividades secundarias.

A partir de esa primera comprobación, se realizó una segunda revisión para corregir el ranking, ampliar el análisis a un top 50 y actualizar las posiciones afectadas. La actualización final de los datos se cerró el **9 de julio de 2026**.

Dado que las cifras de seguidores en redes sociales pueden variar de forma constante, los resultados deben entenderse como una fotografía de situación correspondiente a esa fecha de actualización.

6. Alcance y límites del análisis

El presente informe analiza exclusivamente la comunidad acumulada en **Facebook** e **Instagram**. No se han incorporado otras redes sociales como LinkedIn, X, TikTok, YouTube u otras plataformas, aunque algunas instalaciones sí cuentan con presencia activa en ellas.

La elección de Facebook e Instagram responde a su peso dentro de la comunicación pública del sector náutico-deportivo. Facebook conserva relevancia para comunidades locales, usuarios habituales, socios, eventos, publicaciones institucionales y audiencias consolidadas. Instagram, por su parte, tiene un papel especialmente importante por la dimensión visual del sector: marinas, embarcaciones, paisaje, turismo náutico, gastronomía, deporte, eventos, ocio y estilo de vida mediterráneo.

El número de seguidores no equivale necesariamente a influencia real en términos de interacción, reputación, notoriedad institucional o capacidad comercial. Para medir esos aspectos sería necesario incorporar otros indicadores, como tasa de engagement, frecuencia de publicación, alcance medio, interacción por publicación, calidad visual, inversión publicitaria, tráfico web derivado o conversión comercial.

Tampoco se han valorado otros factores cualitativos, como la coherencia editorial, la calidad visual, la estrategia de contenidos, el tono de comunicación, la atención a usuarios, la gestión de comunidad o la capacidad para convertir la presencia digital en resultados turísticos, comerciales, institucionales o reputacionales.

No obstante, el ranking ofrece una base comparativa útil para conocer qué puertos deportivos, marinas y clubes náuticos cuentan con una mayor comunidad social acumulada en Facebook e Instagram y permite identificar tendencias relevantes en la comunicación digital del sector.

Por tanto, este estudio debe interpretarse como una herramienta de análisis y contextualización, no como una clasificación definitiva de calidad comunicativa o reputación sectorial.

7. Lectura general del ranking

El ranking evidencia una fuerte concentración de la presencia digital en un grupo reducido de instalaciones. Solo tres puertos deportivos o marinas superan los **50.000 seguidores acumulados** entre Facebook e Instagram:

1. **Port Esportiu Port Adriano**, con **99.928 seguidores**.
2. **Puerto Deportivo José Banús**, con **84.734 seguidores**.
3. **Puerto Portals**, con **53.552 seguidores**.

Estas tres instalaciones conforman el primer bloque de liderazgo digital y se sitúan a una distancia considerable del resto del ranking.

A partir del cuarto puesto se abre un segundo tramo, formado por instalaciones que se sitúan por debajo de los **30.000 seguidores** y por encima de los **10.000**. En este grupo aparecen marinas y clubes con una presencia digital significativa, aunque ya muy alejados del liderazgo del top 3.

Entre ellas figuran **Marina Port Vell, Real Club Náutico de Palma, Puerto Sherry, Port de Sitges Aiguadolç, Marina de Denia, Real Club Náutico de Valencia, Club de Mar Mallorca, Puerto Deportivo de Sotogrande, Real Club Náutico de Vigo, Club Náutico Sevilla, Club Náutico de Altea, Real Club Náutico de Tenerife, Real Club Náutico de Torre Vieja, Real Club Mediterráneo de Málaga, Club Náutico el Arenal, Puerto Deportivo Benalmádena, Marina del Sur - Puerto de las Galletas, Real Club de Regatas de Alicante, Puerto Deportivo de El Abra-Getxo, Alcaidesa Marina, Port Tarraco, Real Club Náutico de Sanxenxo y Club Náutico El Candado**.

Este segundo tramo llega hasta el puesto 26 y muestra una presencia digital relevante en instalaciones con perfiles muy distintos: clubes históricos, marinas urbanas, puertos turísticos, instalaciones vinculadas a grandes esloras, entidades deportivas y puertos deportivos con fuerte arraigo territorial.

El tercer tramo lo integran las instalaciones situadas por debajo de los **10.000 seguidores acumulados**, desde el puesto 27 hasta el 50. En este bloque aparece una parte importante del ranking, con clubes náuticos, marinas y puertos deportivos que mantienen comunidades digitales relevantes, pero de menor escala.

Forman parte de este tramo **Real Club Nàutic de Barcelona, Marina Rubicon, Puerto Calero, Port Balis, Marina de las Salinas U.T.E, Club Náutico L'Escala, Club Náutico Moraira, Club Náutico El Campello, Club del Mar de Almería, Marina Ibiza, Club Nàutic L'Estartit, Club Náutico Denia, Puerto Deportivo de Melilla, Club Marítimo de Mahón, Club Nàutic Sant Antoni de Portmany, Monte Real Club de Yates de Baiona, Marina Alicante, Club Náutico Villajoyosa, Club Náutico de Arenys, Port Ginesta, Puerto Deportivo Santa Eulalia, Port Olímpic, Club Náutico Ibiza y Puerto Deportivo Tomás Maestre**.

La lectura por tramos permite detectar una clara disparidad entre los tres primeros puestos y el resto del ranking. Los líderes digitales presentan una comunidad acumulada muy superior, vinculada a marcas con fuerte notoriedad turística, componente aspiracional, presencia internacional y capacidad para generar contenido visual de alto impacto.

En cambio, el resto del ranking muestra una presencia más fragmentada, con comunidades medianas o pequeñas que responden a modelos de comunicación más locales, deportivos, institucionales, turísticos o territoriales.

También se observa que el tamaño de una instalación, su relevancia histórica o su importancia sectorial no siempre se corresponde de forma directa con su comunidad digital acumulada. Algunos clubes con una gran trayectoria institucional aparecen en posiciones medias o bajas, mientras que determinadas marinas turísticas o instalaciones con fuerte atractivo visual logran comunidades más amplias en Instagram o Facebook.

8. Estructura del ranking

A continuación, el informe desarrolla el **top 50 de puertos deportivos, marinas y clubes náuticos de España con mayor presencia digital en Facebook e Instagram**.

Cada ficha incluye:

- Nombre de la instalación.
- Ubicación.
- Comunidad en Facebook.
- Comunidad en Instagram.
- Comunidad acumulada en ambas redes.
- Posición dentro del ranking.
- Breve explicación de la instalación.
- Lectura sobre su presencia digital.
- Elementos destacados de su posicionamiento, cuando la información disponible lo permite.

Las fichas no pretenden funcionar como textos promocionales de cada instalación, sino como notas de análisis sectorial. Su objetivo es contextualizar por qué cada puerto deportivo, marina o club náutico aparece en el ranking, qué tipo de comunidad digital concentra y qué factores pueden ayudar a explicar su posición.

Cuando no se dispone de datos concretos o suficientemente contrastados sobre algún aspecto específico de una instalación, se evita incorporarlo para no introducir información no verificada. El informe prioriza la prudencia metodológica, la claridad del dato y la coherencia interpretativa.

9. Ranking de puertos deportivos, marinas y clubes náuticos

A partir de este punto se desarrollan las fichas individuales de las instalaciones incluidas en el listado, siguiendo el orden del ranking y agrupándolas de tres en tres para facilitar su revisión y edición.

1. Port Esportiu Port Adriano

Ubicación: El Toro, Calvià, Mallorca, Islas Baleares

Total de seguidores: 99.900

Port Esportiu Port Adriano ocupa la primera posición del ranking nacional de presencia digital en redes sociales entre puertos deportivos, marinas y clubes náuticos de España. Con 99.900 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram, se sitúa como la instalación con mayor comunidad pública en las dos redes analizadas.

Su posición debe leerse dentro del bloque de liderazgo digital del sector. Port Adriano es una de las tres únicas instalaciones que superan los 50.000 seguidores acumulados, junto con Puerto Deportivo José Banús y Puerto Portals. Esta distancia respecto al resto del ranking refleja una marca con fuerte componente aspiracional, turístico e internacional.

La identidad de Port Adriano ayuda a explicar su posición. La marina se proyecta como una instalación de alta gama, vinculada a los superyates, al diseño, a la restauración, al comercio y a la experiencia de destino. Su ubicación en Calvià, en el entorno de Mallorca, refuerza además su capacidad de atracción turística y su potencial visual en redes sociales.

Desde el punto de vista digital, Port Adriano no comunica únicamente actividad náutica. Su presencia pública se apoya también en una imagen de marca asociada al ocio mediterráneo, los eventos, la exclusividad, el diseño y el estilo de vida. Esa combinación explica que lidere el ranking con una diferencia significativa sobre la mayoría de instalaciones analizadas.

2. Puerto Deportivo José Banús

Ubicación: Marbella, Málaga, Andalucía

Total de seguidores: 84.734

Puerto Deportivo José Banús ocupa la segunda posición del ranking, con 84.734 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Es una de las tres instalaciones que superan los 50.000 seguidores y forma parte del bloque claramente diferenciado que lidera la presencia digital del sector náutico-deportivo español.

Su posición responde a una marca con una notoriedad muy superior a la media del sector. Puerto Banús no funciona solo como puerto deportivo, sino también como enclave turístico, comercial, gastronómico y de ocio asociado a Marbella y al segmento del lujo.

Entre los elementos que ayudan a explicar su presencia digital destaca su capacidad para generar contenidos más allá de la actividad portuaria: compras, restauración, experiencias, eventos, alquiler de embarcaciones, servicios náuticos y actividad vinculada al visitante. Esa amplitud temática permite conectar con públicos diversos, tanto náuticos como turísticos.

En el ranking, Puerto Deportivo José Banús representa uno de los casos más claros de instalación con marca propia reconocible fuera del ámbito estrictamente portuario. Su comunidad digital se explica por la suma de náutica, lujo, comercio, restauración, ocio y proyección internacional.

3. Puerto Portals

Ubicación: Portals Nous, Mallorca, Islas Baleares

Total de seguidores: 53.552

Puerto Portals ocupa la tercera posición del ranking, con 53.552 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Es la tercera y última instalación que supera los 50.000 seguidores, completando el bloque de liderazgo digital junto a Port Adriano y Puerto Deportivo José Banús.

Su presencia en el ranking se explica por una combinación de posicionamiento náutico, oferta comercial, actividad social, eventos y fuerte vinculación con Mallorca como destino mediterráneo. La marina proyecta una imagen asociada al mar, al deporte, a la restauración, a las compras y a la experiencia de puerto como espacio abierto al visitante.

Puerto Portals cuenta con una actividad especialmente relevante en el ámbito deportivo y social. Su programación de regatas, eventos y actividades vinculadas a la vida del puerto contribuye a reforzar una comunidad digital que no depende únicamente de la operativa náutica, sino también del calendario de acontecimientos y de la relación con el entorno.

Su posición como tercera instalación del ranking confirma la fuerza de las marinas baleares en la conversación digital del sector. A partir del cuarto puesto, ninguna instalación alcanza los 30.000 seguidores acumulados, lo que evidencia la distancia entre este primer bloque de liderazgo y el resto del ranking nacional.

4. Marina Port Vell

Ubicación: Barcelona, Cataluña

Total de seguidores: 29.325

Marina Port Vell ocupa la cuarta posición del ranking nacional, con 29.325 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Es la primera instalación del segundo tramo del informe: queda por debajo del bloque de liderazgo formado por Port Adriano, Puerto Deportivo José Banús y Puerto Portals, pero se sitúa todavía en una posición muy destacada dentro del conjunto del sector.

Su ubicación en Barcelona es uno de los factores que ayudan a explicar su presencia digital. Marina Port Vell se encuentra en un entorno urbano de gran proyección internacional y se presenta como una marina orientada al segmento de los superyates, con servicios personalizados, actividad durante todo el año e instalaciones de alto nivel.

Desde el punto de vista de redes sociales, su posición responde a una combinación de factores: la fuerza de Barcelona como destino global, la visibilidad del puerto dentro de la ciudad, el atractivo visual del entorno y el posicionamiento de la marina en un segmento náutico de alto valor. A diferencia de otros clubes más vinculados a la actividad deportiva local, Marina Port Vell proyecta una imagen asociada a la gran náutica, la experiencia urbana y la conexión entre puerto, ciudad y visitante internacional.

Su cuarto puesto confirma que, aunque existe una distancia notable con los tres primeros clasificados, también hay instalaciones capaces de construir comunidades digitales relevantes cuando combinan ubicación estratégica, marca reconocible y un posicionamiento claro dentro del mercado náutico.

5. Real Club Náutico de Palma

Ubicación: Palma, Mallorca, Islas Baleares

Total de seguidores: 25.938

El Real Club Náutico de Palma ocupa la quinta posición del ranking, con 25.938 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Dentro del segundo tramo del informe, es uno de los clubes náuticos con mayor comunidad digital y representa un perfil diferente al de las marinas más orientadas al turismo, el lujo o la experiencia comercial.

Su posición se explica, en buena medida, por su peso deportivo e institucional dentro de la náutica española. El club tiene su sede en el Muelle de San Pedro, en Palma de Mallorca, y mantiene una actividad especialmente vinculada a la vela, la competición y la vida social náutica.

Uno de los elementos que más refuerza su visibilidad es su relación con grandes regatas. El Real Club Náutico de Palma es la entidad organizadora de la Copa del Rey MAPFRE, una de las competiciones de vela con mayor proyección del calendario náutico español e internacional. En 2026, la regata celebrará su 44.^a edición, prevista del 1 al 8 de agosto en la bahía de Palma, con más de cien equipos de una veintena de países, según la información publicada sobre la renovación del patrocinio principal con MAPFRE.

En redes sociales, esta actividad deportiva proporciona contenido recurrente, reconocible y con capacidad de atraer tanto a socios como a deportistas, equipos, instituciones, patrocinadores y público especializado. Su comunidad digital no se explica solo por el puerto como infraestructura, sino por el papel del club como organizador de eventos, espacio de competición y referente social de la náutica en Palma.

6. Puerto Sherry

Ubicación: El Puerto de Santa María, Cádiz, Andalucía

Total de seguidores: 22.566

Puerto Sherry ocupa la sexta posición del ranking, con 22.566 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se integra también en el segundo tramo del informe, dentro del grupo de instalaciones que superan los 10.000 seguidores pero quedan lejos del bloque de más de 50.000.

Su posición responde a un modelo de puerto deportivo con una dimensión amplia, donde la actividad náutica convive con el alojamiento, la restauración, el ocio, los servicios al navegante y la vinculación con el destino turístico de la Bahía de Cádiz. La propia instalación se presenta como una marina situada en El Puerto de Santa María, con amarres, alquiler de embarcaciones, varadero, alojamiento y actividades náuticas.

Uno de los elementos que puede explicar su comunidad digital es precisamente esa diversidad de usos. Puerto Sherry no se dirige únicamente al usuario náutico, sino también al visitante, al residente, al turista y al público interesado en ocio, gastronomía, playa y actividades vinculadas al mar. Su web destaca servicios como seguridad 24 horas, área de restauración, alojamiento, beach clubs y servicios para embarcaciones.

Desde el punto de vista de presencia digital, Puerto Sherry combina contenidos portuarios con una imagen de destino costero. Esa amplitud temática puede favorecer una comunidad más diversa que la de instalaciones centradas exclusivamente en el socio, la competición o la operativa náutica. Su sexto puesto lo sitúa como una de las referencias andaluzas más visibles dentro del ranking nacional.

7. Port de Sitges Aiguadolç

Ubicación: Sitges, Barcelona, Cataluña

Total de seguidores: 20.551

Port de Sitges Aiguadolç ocupa la séptima posición del ranking nacional, con 20.551 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del segundo tramo del informe, formado por instalaciones que superan los 10.000 seguidores pero quedan por debajo del bloque de liderazgo digital encabezado por Port Adriano, Puerto Deportivo José Banús y Puerto Portals.

Su posición puede explicarse por la combinación de puerto deportivo, destino turístico y enclave costero con fuerte identidad local. El Port de Sitges-Aiguadolç cuenta con 471 amarres para embarcaciones de 6 a 32 metros de eslora, según la información pública de la propia instalación.

Desde el punto de vista digital, su comunidad se apoya en una imagen fácilmente reconocible: puerto mediterráneo, entorno turístico, actividad náutica, restauración y vida vinculada al litoral de Sitges. No se trata solo de una infraestructura de amarre, sino de un espacio conectado con la experiencia del visitante y con la actividad social del municipio.

La presencia de servicios como dirección del puerto, información, parking 24 horas y atención vinculada a los amarres refuerza su perfil como puerto deportivo orientado tanto al usuario náutico como al visitante. Esa doble dimensión —náutica y turística— ayuda a entender su entrada entre las diez primeras instalaciones del ranking.

8. Marina de Denia

Ubicación: Dénia, Alicante, Comunidad Valenciana

Total de seguidores: 20.296

Marina de Denia ocupa la octava posición del ranking, con 20.296 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Forma parte del segundo tramo de instalaciones con comunidades digitales relevantes, aunque todavía alejadas de los tres grandes líderes nacionales.

Su posición responde a un perfil de puerto deportivo y turístico muy vinculado al Mediterráneo, a la actividad náutica y a la proyección de Dénia como destino costero. La propia marina se define como un puerto deportivo y turístico situado en Dénia, Alicante, en un enclave del Mediterráneo orientado a la práctica de deportes y actividades náuticas.

Uno de los elementos que puede explicar su comunidad digital es la diversidad de usos asociados a la marina. Además de los amarres y servicios náuticos, Marina de Denia proyecta una imagen vinculada al ocio, la restauración, las actividades deportivas y la relación con el visitante. Su web destaca servicios para embarcaciones y visitantes, así como reservas de taxis, coches de alquiler, golf, alojamiento, restaurantes y salidas.

También resulta relevante su conexión con las actividades náuticas. Marina de Denia impulsó en 2014 un Centro de Actividades Náuticas con el objetivo de ofrecer a residentes y turistas propuestas deportivas y de ocio vinculadas al mar. Esa amplitud de contenidos puede favorecer una presencia digital más dinámica, al no depender únicamente de la comunicación portuaria tradicional.

9. Real Club Náutico de Valencia

Ubicación: Valencia, Comunidad Valenciana

Facebook: 8.472

Instagram: 8.817

Total de seguidores: 17.289

El Real Club Náutico de Valencia ocupa la novena posición del ranking nacional, con 17.289 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del segundo tramo del informe, formado por instalaciones que no alcanzan el bloque de liderazgo de más de 50.000 seguidores, pero que mantienen una comunidad digital relevante por encima de los 10.000 seguidores.

Su posición responde a un perfil claramente deportivo, social e institucional. La entidad se presenta como un referente deportivo y social que acerca la vela y la vida náutica a la ciudad desde 1903. Además, su propia información corporativa señala que en 1903 se constituyó como asociación privada deportiva destinada al fomento de la cultura y de las actividades relacionadas con el mar.

Uno de los elementos que más refuerza su visibilidad es la organización del Trofeo S.M. La Reina, una regata internacional de vela de crucero que el club considera una de las competiciones más relevantes del Mediterráneo. En 2026, esta competición volvió a tener una presencia destacada en el calendario deportivo, con participación de flotas nacionales e internacionales.

Desde el punto de vista digital, su comunidad se explica por una actividad sostenida en torno a la vela, las regatas, la formación, la vida social del club y la relación con la ciudad de Valencia. Frente a las marinas más orientadas al turismo o al lujo, el Real Club Náutico de Valencia representa un modelo de presencia digital basado en tradición náutica, competición, actividad de club y proyección deportiva.

10. Club de Mar Mallorca

Ubicación: Palma, Mallorca, Islas Baleares

Facebook: 8.639

Instagram: 7.014

Total de seguidores: 15.653

Club de Mar Mallorca ocupa la décima posición del ranking nacional, con 15.653 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Su entrada en el top 10 resulta especialmente significativa porque se trata de una instalación con una comunidad digital relevante, pero también con un peso cualitativo muy destacado dentro del segmento de grandes esloras.

Su posición debe leerse desde un doble enfoque: por un lado, como club náutico con trayectoria y arraigo en Palma; por otro, como marina especializada en grandes embarcaciones. La propia entidad se presenta como una de las instituciones náutico-deportivas con más arraigo de la isla y como un referente sectorial con más de 50 años de historia.

Uno de sus principales datos diferenciales es su capacidad para grandes esloras. Club de Mar-Mallorca comunica 543 amarres, de los cuales más de 70 están destinados a superyates, megayates y gigayates. La instalación puede acoger embarcaciones de entre 40 y 170 metros, una característica que la sitúa en una posición singular dentro del mercado balear y mediterráneo.

Desde el punto de vista digital, Club de Mar Mallorca muestra que la relevancia sectorial de una instalación no depende solo del tamaño de su comunidad en redes, sino también de su posicionamiento. Su presencia combina náutica deportiva, servicios portuarios, grandes esloras, transformación de instalaciones y ubicación estratégica en la bahía de Palma. Su décima posición confirma la fuerza de las marinas baleares dentro del ranking, aunque con un perfil más especializado que el de las grandes marcas turísticas situadas en los primeros puestos.

11. Puerto Deportivo de Sotogrande

Ubicación: Sotogrande, San Roque, Cádiz, Andalucía

Facebook: 11.591

Instagram: 3.014

Total de seguidores: 14.605

Puerto Deportivo de Sotogrande ocupa la undécima posición del ranking nacional, con 14.605 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Dentro del segundo tramo del informe, se sitúa como una de las instalaciones andaluzas con mayor comunidad digital.

Su posicionamiento combina náutica deportiva, turismo de calidad, servicios portuarios, restauración, comercio y una marca territorial muy reconocible. La instalación se presenta como un enclave de turismo náutico-deportivo en el sur de España y comunica un total de 1.382 amarres en un punto de encuentro entre mares, países y continentes.

Uno de los elementos que refuerza su perfil es la dimensión de sus servicios al navegante. Puerto Sotogrande ofrece amarres o atraques entre 8 y 70 metros de eslora, atendidos por un servicio de marinería dirigido por un capitán de puerto y con personal cualificado para supervisar las maniobras de los usuarios.

También resulta relevante su posicionamiento en calidad y sostenibilidad. En julio de 2026, Puerto Deportivo Sotogrande revalidó la Bandera Azul y la Bandera “S” de Sostenibilidad; esta última, por tercer año consecutivo, según la información publicada por Cadena SER.

Desde el punto de vista digital, su posición puede explicarse por la suma de varios factores: una marca territorial consolidada, un entorno asociado al turismo náutico de alto nivel, una oferta amplia de servicios y una comunicación que puede apoyarse tanto en la actividad portuaria como en la calidad ambiental, la experiencia del visitante y la imagen de Sotogrande como destino.

12. Real Club Náutico de Vigo

Ubicación: Vigo, Galicia

Facebook: 5.799

Instagram: 8.367

Total de seguidores: 14.166

El Real Club Náutico de Vigo ocupa la duodécima posición del ranking nacional, con 14.166 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del segundo tramo del informe, formado por instalaciones que superan los 10.000 seguidores, aunque quedan alejadas del bloque de liderazgo digital de las tres primeras posiciones.

Su presencia en el ranking debe leerse desde el peso histórico, deportivo y social de la entidad en Vigo. El club fue fundado el 17 de abril de 1906 con el objetivo de aglutinar los deportes náuticos en una ciudad vinculada al mar. Ese mismo año, Alfonso XIII aceptó la Presidencia de Honor del nuevo Club Náutico de Vigo.

La propia entidad destaca que, a lo largo de su trayectoria, ha reforzado su actividad deportiva, social y cultural, hasta convertirse en un referente deportivo dentro de la ciudad. También subraya la importancia histórica de disciplinas como remo, vela, natación y tenis, con deportistas vinculados al club en distintas citas olímpicas y paralímpicas.

Desde el punto de vista digital, el Real Club Náutico de Vigo responde al perfil de club histórico con comunidad social y deportiva consolidada. Su posición en el ranking no se explica por una estrategia de destino turístico o marina comercial, sino por la continuidad de su actividad, su arraigo urbano y su vinculación con la tradición náutica de Vigo.

13. Club Náutico Sevilla

Ubicación: Sevilla, Andalucía

Facebook: 6.201

Instagram: 7.828

Total de seguidores: 14.029

Club Náutico Sevilla ocupa la decimotercera posición del ranking nacional, con 14.029 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se mantiene dentro del segundo tramo del informe, entre las instalaciones con una comunidad digital superior a los 10.000 seguidores.

Su perfil es claramente deportivo, social y urbano. A diferencia de otras instalaciones vinculadas al turismo costero, Club Náutico Sevilla tiene una identidad asociada a la dársena del Guadalquivir y a la práctica deportiva dentro de la ciudad. Según la información histórica de la entidad, las primeras reuniones para crear el club se celebraron a finales de 1951 y la primera cita oficial de su comisión gestora tuvo lugar el 25 de junio de 1952.

La propia web del club señala que sus instalaciones se sitúan en pleno centro de Sevilla, junto a la dársena del Guadalquivir, y se extienden sobre unos 50.000 metros cuadrados. También recoge una actividad deportiva diversa, con secciones como vela, remo, piragüismo, natación y baloncesto, además de deportes sociales como tenis, pádel, fútbol y gimnasio.

Desde el punto de vista digital, Club Náutico Sevilla representa un modelo de comunidad vinculada a la vida del club, el deporte de base, la competición y la relación con la ciudad. Su posición en el puesto 13 confirma que los clubes con actividad deportiva amplia pueden alcanzar una presencia relevante en redes, aunque su lógica comunicativa sea distinta a la de las grandes marinas turísticas.

14. Club Náutico de Altea

Ubicación: Altea, Alicante, Comunidad Valenciana

Facebook: 6.820

Instagram: 7.089

Total de seguidores: 13.909

Club Náutico de Altea ocupa la decimocuarta posición del ranking nacional, con 13.909 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Su entrada en esta parte alta del ranking confirma la presencia destacada de la Comunidad Valenciana dentro del mapa digital de puertos deportivos, marinas y clubes náuticos.

La entidad se sitúa en la bahía de Altea y, según la información disponible del propio club, fue fundada en 1977. Su perfil combina puerto deportivo, club social y actividad náutica en un entorno mediterráneo de fuerte identidad local.

La Asociación de Clubes Náuticos de la Comunidad Valenciana describe el Club Náutico de Altea como una asociación social y deportiva sin ánimo de lucro, orientada al fomento y la práctica del deporte federado, así como a acciones relacionadas con su entorno marino, cultural y medioambiental.

Desde el punto de vista digital, su comunidad se explica por la combinación de actividad deportiva, vida social, servicios náuticos, vínculo con la bahía de Altea y proyección local. No se trata de una marina de gran escala turística internacional, sino de una instalación con identidad territorial clara y una actividad suficiente para sostener una comunidad relevante en Facebook e Instagram.

15. Real Club Náutico de Tenerife

Ubicación: Santa Cruz de Tenerife, Islas Canarias

Facebook: 8.135

Instagram: 5.341

Total de seguidores: 13.476

El Real Club Náutico de Tenerife ocupa la decimoquinta posición del ranking nacional, con 13.476 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Forma parte del segundo tramo del informe y se sitúa como una de las entidades canarias con mayor presencia digital dentro del sector náutico-deportivo.

Su posición se explica por una trayectoria histórica larga y por su papel como club deportivo y social en Santa Cruz de Tenerife. La propia entidad sitúa la inauguración de su primera sede social el 16 de enero de 1905, en una jornada que incluyó regatas de balandros, botes y traíñas.

La web oficial del club refleja una actividad estructurada en distintas secciones, entre ellas náutica, natación, tenis, frontón y baloncesto, además de programación social y agenda de actividades.

Desde el punto de vista digital, el Real Club Náutico de Tenerife responde al perfil de entidad histórica con comunidad deportiva y social consolidada. Su presencia en redes no se apoya tanto en una lógica turística o comercial como en la continuidad de su actividad, el arraigo en Santa Cruz de Tenerife y la relación con socios, deportistas y usuarios del club.

16. Real Club Náutico de Torrevieja

Ubicación: Torrevieja, Alicante, Comunidad Valenciana

Facebook: 7.379

Instagram: 5.931

Total de seguidores: 13.310

El Real Club Náutico de Torrevieja ocupa la decimosexta posición del ranking nacional, con 13.310 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se mantiene dentro del segundo tramo del informe, formado por instalaciones que superan los 10.000 seguidores acumulados en las dos redes analizadas.

Su posición se explica por una actividad deportiva y social sostenida dentro del municipio y del entorno náutico de la Comunidad Valenciana. La entidad señala que fue fundada en 1966 y que nació con el propósito de promover deportes náuticos como el remo, la pesca y la vela.

Uno de los elementos que refuerza su presencia digital es la diversidad de actividades que comunica. La web del club recoge apartados específicos de vela ligera, remo, pesca, gimnasio, dragon boat, piscina, actividades sociales y agenda, lo que permite alimentar una comunicación frecuente y variada.

Desde el punto de vista digital, el Real Club Náutico de Torrevieja responde al perfil de club con arraigo local, programación deportiva y vida social activa. Su comunidad acumulada se apoya en la combinación de socios, deportistas, competiciones, actividades formativas y vínculo con Torrevieja como municipio costero.

17. Real Club Mediterráneo de Málaga

Ubicación: Málaga, Andalucía

Facebook: 6.490

Instagram: 6.757

Total de seguidores: 13.247

El Real Club Mediterráneo de Málaga ocupa la decimoséptima posición del ranking nacional, con 13.247 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del grupo de instalaciones con más de 10.000 seguidores, aunque lejos del bloque de liderazgo formado por las tres primeras posiciones.

Su posición se explica por una identidad muy vinculada al deporte, a la historia náutica y a la ciudad de Málaga. La entidad sitúa su nacimiento el 20 de septiembre de 1873, impulsada por jóvenes malagueños aficionados a los deportes náuticos, con la práctica del remo como primer objetivo. La propia web lo presenta como el club náutico más antiguo de España.

A diferencia de las marinas más orientadas al turismo, el lujo o la actividad comercial, el Real Club Mediterráneo responde a un modelo de club deportivo y social. Su actividad pública se vincula especialmente al remo, la vela, la competición, la formación deportiva y la vida interna de sus socios.

Desde el punto de vista digital, su comunidad se apoya en una combinación de tradición, arraigo local, actividad deportiva y relación con el entorno portuario de Málaga. Su posición en el ranking confirma que los clubes históricos, cuando mantienen programación deportiva y una comunidad social consolidada, pueden sostener una presencia relevante en redes aunque no tengan el componente turístico internacional de las grandes marinas de destino.

18. Club Náutico el Arenal

Ubicación: El Arenal, Mallorca, Islas Baleares

Facebook: 7.417

Instagram: 5.583

Total de seguidores: 13.000

Club Náutico el Arenal ocupa la decimoctava posición del ranking nacional, con 13.000 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Cierra el grupo de instalaciones que se sitúan por encima de los 13.000 seguidores y permanece dentro del segundo tramo del informe, por encima del umbral de los 10.000.

La denominación más habitual de la entidad es Club Nàutic S'Arenal. Su posición se explica por su trayectoria dentro de la vela mallorquina y por una actividad deportiva reconocible. La propia entidad señala que fue fundada en 1952 y la define como una de las entidades náuticas de referencia de Mallorca, profundamente ligada a la historia de la vela.

Uno de los elementos que ayuda a explicar su presencia digital es su programación deportiva. El club comunica actividad de regatas, escuela de vela, pesca, puerto, meteorología y contenido vinculado a la vida del club.

Desde el punto de vista digital, Club Náutico el Arenal responde a un perfil de entidad con comunidad deportiva, base social y tradición náutica. Su presencia en el ranking se sostiene más en la actividad de club y en la vela que en una lógica de marina turística o comercial.

19. Puerto Deportivo Benalmádena

Ubicación: Benalmádena, Málaga, Andalucía

Facebook: 4.659

Instagram: 7.918

Total de seguidores: 12.577

Puerto Deportivo Benalmádena ocupa la decimonovena posición del ranking nacional, con 12.577 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se mantiene dentro del segundo tramo del informe, entre las instalaciones que superan los 10.000 seguidores.

Su posición se entiende por la combinación de puerto deportivo, zona comercial, oferta de ocio y enclave turístico dentro de la Costa del Sol. La información oficial del puerto señala que cuenta con más de 1.000 amarres para embarcaciones de entre 6 y 35 metros de longitud, además de una zona comercial y residencial de 40.000 metros cuadrados.

La historia del puerto está ligada al desarrollo turístico de Benalmádena. La propia instalación recoge que las obras comenzaron el 12 de noviembre de 1972 y que el puerto fue inaugurado el 9 de octubre de 1982.

Desde el punto de vista digital, Puerto Deportivo Benalmádena cuenta con una ventaja clara: comunica desde un espacio donde conviven náutica, turismo, restauración, comercio, ocio familiar y actividad urbana. Esa variedad temática permite dirigirse tanto al usuario náutico como al visitante, al turista y al público local.

20. Marina del Sur - Puerto de las Galletas

Ubicación: Las Galletas, Arona, Tenerife, Islas Canarias

Facebook: 9.353

Instagram: 2.971

Total de seguidores: 12.324

Marina del Sur - Puerto de las Galletas ocupa la vigésima posición del ranking nacional, con 12.324 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del segundo tramo del informe, formado por instalaciones que superan los 10.000 seguidores, aunque quedan lejos del bloque de liderazgo digital de las tres primeras posiciones.

Su posición se explica por la combinación de puerto deportivo, enclave turístico y tradición pesquera en el sur de Tenerife. La propia instalación sitúa Marina del Sur en Las Galletas, un núcleo con tradición pesquera que combina actividad comercial, servicios portuarios y un entorno costero vinculado al Atlántico. La marina comunica además 176 atraques para embarcaciones de 4 a 20 metros.

Entre los elementos que refuerzan su perfil público figuran los servicios náuticos y de ocio. La información oficial recoge servicios como agua dulce, electricidad, combustible, radio, meteorología, aparcamiento para usuarios, reparaciones, escuela de buceo y seguridad 24 horas. También aparecen instalaciones comunes como sede social, restaurantes, cafeterías, aseos y duchas para usuarios de la marina.

Desde el punto de vista digital, Marina del Sur puede apoyarse en una comunidad vinculada tanto al usuario náutico como al visitante turístico. Su presencia en el ranking se entiende por esa mezcla de puerto deportivo, actividad marítima, entorno local, ocio, restauración y paisaje atlántico.

21. Real Club de Regatas de Alicante

Ubicación: Alicante, Comunidad Valenciana

Facebook: 5.994

Instagram: 5.633

Total de seguidores: 11.627

El Real Club de Regatas de Alicante ocupa la vigesimoprimera posición del ranking nacional, con 11.627 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se mantiene dentro del bloque de instalaciones que superan los 10.000 seguidores, con una comunidad digital equilibrada entre las dos redes analizadas.

Su presencia en el ranking debe leerse desde su peso histórico, deportivo y social en Alicante. La propia entidad señala que fue fundada el 23 de abril de 1889 por un grupo de amantes de los deportes náuticos, con una primera sede en la playa del Postiguet y posterior traslado al puerto de Alicante.

El club presenta una trayectoria muy ligada a la competición náutica. Su información institucional destaca la organización de regatas desde sus primeros años, la concesión del título de "Real" en 1900 y una actividad deportiva vinculada históricamente al remo, la vela y la pesca.

Desde el punto de vista digital, el Real Club de Regatas de Alicante responde al perfil de club histórico con comunidad social y deportiva consolidada. Su posición se explica por la combinación de tradición, competición, vida de club, arraigo urbano y relación directa con la ciudad de Alicante.

22. Puerto Deportivo de El Abra-Getxo

Ubicación: Getxo, Bizkaia, País Vasco

Facebook: 6.170

Instagram: 4.343

Total de seguidores: 10.513

Puerto Deportivo de El Abra-Getxo ocupa la vigesimosegunda posición del ranking nacional, con 10.513 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa todavía dentro del segundo tramo del informe, por encima de los 10.000 seguidores, aunque muy cerca del umbral que marca el paso al bloque inferior.

Su posición se explica por su ubicación en Getxo, en el entorno de la ría de Bilbao y del Abra exterior, dentro de un espacio con actividad náutica, servicios portuarios y relación directa con el área metropolitana de Bizkaia. La información turística municipal identifica el Puerto Deportivo de Getxo como una instalación con 827 amarres y distintos tipos de pantalanes.

La dimensión institucional del puerto también es relevante. La información corporativa de la sociedad Puerto Deportivo El Abra-Getxo señala que la concesión fue otorgada por la Autoridad Portuaria de Bilbao y recoge sus funciones dentro de la explotación y policía del puerto deportivo.

Desde el punto de vista digital, su comunidad se apoya en la combinación de puerto deportivo, servicios al navegante, ocio, restauración, ubicación metropolitana y vínculo con Getxo. Su posición refleja una presencia relevante dentro del norte peninsular, aunque con una comunidad más contenida que la de las grandes marinas mediterráneas y baleares.

23. Alcaidesa Marina

Ubicación: La Línea de la Concepción, Cádiz, Andalucía

Facebook: 8.176

Instagram: 2.190

Total de seguidores: 10.366

Alcaidesa Marina ocupa la vigesimotercera posición del ranking nacional, con 10.366 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se mantiene dentro del segundo tramo del informe, por encima de los 10.000 seguidores acumulados.

Su posición se explica por un emplazamiento especialmente singular: La Línea de la Concepción, junto a Gibraltar y en un punto de conexión entre el Mediterráneo y el Atlántico. La propia marina se presenta como un puerto deportivo cerca de Gibraltar, situado junto a la ladera oeste del Peñón, en una dársena natural con condiciones de abrigo y calado.

Uno de sus datos destacados es su capacidad portuaria. Alcaidesa Marina comunica una superficie terrestre de 134.255 metros cuadrados, una lámina de agua abrigada de 139.760 metros cuadrados y capacidad para unos 624 atraques para embarcaciones de 8 a 90 metros. También dispone de varadero con grúa elevadora y talleres especializados en reparaciones náuticas.

Desde el punto de vista digital, Alcaidesa Marina puede apoyarse en varios factores: proximidad a Gibraltar, dimensión portuaria, servicios náuticos, varadero, conectividad y una posición geográfica muy reconocible. Su comunidad acumulada se concentra especialmente en Facebook, lo que puede indicar una base de seguimiento más asentada o vinculada a usuarios, navegantes y público local.

24. Port Tarraco

Ubicación: Tarragona, Cataluña

Facebook: 8.128

Instagram: 2.179

Total de seguidores: 10.307

Port Tarraco ocupa la vigesimocuarta posición del ranking nacional, con 10.307 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se mantiene dentro del segundo tramo del informe, todavía por encima de los 10.000 seguidores, aunque muy cerca del umbral que marca el paso al bloque inferior.

Su caso responde a un posicionamiento muy especializado dentro del sector náutico. Port Tarraco se presenta como una marina orientada a superyates en Tarragona, con una propuesta dirigida a embarcaciones de gran eslora y a servicios de alto nivel para tripulaciones y armadores.

Uno de sus datos más destacados es la configuración de sus instalaciones. La marina comunica 33 amarres para embarcaciones de entre 45 y 160 metros, un calado medio superior a nueve metros y una dársena de 150.000 metros cuadrados. También ofrece servicios como seguridad 24 horas, atención exclusiva al cliente, conexión eléctrica de alta capacidad, suministro de agua potable, internet, recogida de aguas residuales y zona comercial y de ocio.

Desde el punto de vista digital, Port Tarraco no responde a una lógica de comunidad masiva, sino de posicionamiento sectorial especializado. Su presencia en el ranking se explica por la visibilidad de una marina orientada a grandes esloras, con proyección internacional y una propuesta muy concreta dentro del mercado mediterráneo de superyates.

25. Real Club Náutico de Sanxenxo

Ubicación: Sanxenxo, Pontevedra, Galicia

Facebook: 6.423

Instagram: 3.709

Total de seguidores: 10.132

El Real Club Náutico de Sanxenxo ocupa la vigesimoquinta posición del ranking nacional, con 10.132 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del grupo de instalaciones que todavía superan los 10.000 seguidores, aunque en la parte final de ese segundo tramo.

Su posición debe leerse desde su vinculación con la náutica deportiva gallega y con Sanxenxo como destino costero. La entidad señala que nació en 1951 como lugar de encuentro para veraneantes y habitantes de Sanxenxo, con el objetivo de promover deportes náuticos como natación, remo, motonáutica, pesca submarina y vela.

Como dato operativo, el club dispone de 68 plazas de amarre en régimen de alquiler por días o años, aptas para embarcaciones a vela y a motor de hasta 12 metros, además de motos de agua. La instalación comunica un calado mínimo de 1,30 metros y máximo de 3,2 metros.

Desde el punto de vista digital, el Real Club Náutico de Sanxenxo combina tradición náutica, actividad deportiva, escuela, regatas, servicios y una relación directa con el entorno turístico de las Rías Baixas. Su comunidad acumulada es moderada en comparación con las grandes marinas líderes, pero suficiente para mantenerlo dentro del bloque de instalaciones con más de 10.000 seguidores.

26. Club Náutico El Candado

Ubicación: Málaga, Andalucía

Facebook: 4.680

Instagram: 5.411

Total de seguidores: 10.091

Club Náutico El Candado ocupa la vigesimosexta posición del ranking nacional, con 10.091 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Es la última instalación del ranking que supera los 10.000 seguidores, por lo que marca el cierre del segundo tramo del informe.

Su posición se entiende desde su integración en el conjunto del Club El Candado, una entidad con origen en la urbanización del mismo nombre y con una dimensión social, deportiva y náutica. La historia institucional del club sitúa sus comienzos en los años sesenta, cuando un grupo de promotores y empresarios malagueños impulsó el desarrollo de la Urbanización El Candado y de un club social vinculado a ese entorno.

En su dimensión náutica, la instalación aparece identificada como Puerto Deportivo El Candado, situada en Málaga Este, en la zona de Playa de Almellones. La Diputación de Málaga recoge que dispone de 280 amarres para embarcaciones de entre 5 y 15 metros de eslora, además de vestuarios, restaurante, taller, varadero y alquiler de piraguas.

Desde el punto de vista digital, Club Náutico El Candado presenta una comunidad equilibrada entre Facebook e Instagram. Su presencia se apoya en una combinación de puerto deportivo, actividad social, deporte, restauración y vínculo con Málaga. Al cerrar el bloque de instalaciones por encima de los 10.000 seguidores, funciona también como punto de transición hacia comunidades digitales más contenidas.

27. Real Club Nàutic de Barcelona

Ubicación: Barcelona, Cataluña

Facebook: 2.693

Instagram: 7.303

Total de seguidores: 9.996

El Real Club Nàutic de Barcelona ocupa la vigesimoséptima posición del ranking nacional, con 9.996 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Es la primera instalación situada por debajo de los 10.000 seguidores, por lo que abre el tercer tramo del informe: instalaciones con comunidades relevantes, pero más fragmentadas o especializadas.

Su posición debe entenderse desde el perfil de un club histórico, deportivo y social. La propia entidad se presenta como uno de los clubes náuticos más antiguos de España y del mundo, con más de 140 años de historia.

El club está situado en el Moll d'Espanya, en el puerto de Barcelona. La información oficial recoge esa localización y mantiene su identificación como Real Club Náutico de Barcelona. Además, la información municipal de Barcelona señala que el club dispone de puerto deportivo, escuela de navegación, sede social y restaurante, y que organiza regatas, competiciones y actividades deportivas y sociales.

Desde el punto de vista digital, el Real Club Nàutic de Barcelona muestra una comunidad especialmente apoyada en Instagram, según los datos del ranking. Su caso refleja que la notoriedad histórica e institucional no siempre se traduce en grandes cifras acumuladas en redes, aunque sí permite mantener una presencia reconocible dentro del sector náutico español.

28. Marina Rubicon

Ubicación: Playa Blanca, Yaiza, Lanzarote, Islas Canarias

Facebook: 5.872

Instagram: 3.992

Total de seguidores: 9.864

Marina Rubicon ocupa la vigesimoctava posición del ranking nacional, con 9.864 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del tercer tramo del informe, formado por instalaciones que no alcanzan los 10.000 seguidores, pero que mantienen comunidades digitales relevantes dentro del sector.

Su posición se explica por la combinación de marina turística, actividad náutica, servicios al navegante y ubicación en un enclave de alta visibilidad dentro de Lanzarote. La instalación comunica una oferta amplia de servicios, con amarres, village, actividades, eventos y experiencias náuticas.

Uno de sus datos destacados es su capacidad portuaria. Marina Rubicon señala que dispone de 550 amarres con sistema de fingers para embarcaciones monocasco de hasta 50 metros, además de una zona para grandes barcos en un muelle con capacidad máxima de 90 metros.

Desde el punto de vista digital, Marina Rubicon puede apoyarse en una imagen de destino vinculada al mar, al ocio, a la restauración, a los eventos y a la experiencia turística. Su comunidad es más contenida que la de las grandes marinas líderes, pero suficiente para situarla entre las treinta primeras instalaciones del ranking nacional.

29. Puerto Calero

Ubicación: Yaiza, Lanzarote, Islas Canarias

Facebook: 6.070

Instagram: 3.787

Total de seguidores: 9.857

Puerto Calero ocupa la vigesimonovena posición del ranking, con 9.857 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Su cifra queda prácticamente alineada con la de Marina Rubicon, lo que sitúa a ambas instalaciones lanzaroteñas en una posición muy próxima dentro del bloque inferior a los 10.000 seguidores.

La marina cuenta con un posicionamiento consolidado dentro del sector náutico canario. Su presencia en el ranking se explica por la combinación de puerto deportivo, servicios al navegante, actividad turística, restauración, paseo marítimo y relación con Lanzarote como destino náutico.

Entre sus datos destacados figura su capacidad portuaria. Puerto Calero comunica 438 amarres flotantes para embarcaciones de entre 8 y 80 metros de eslora, accesibles con todas las mareas, con conexión de agua, electricidad y acceso wifi para usuarios.

Desde el punto de vista digital, Puerto Calero combina varios elementos con capacidad de generar comunidad: marina, servicios náuticos, actividad deportiva, entorno turístico y una marca vinculada al turismo de calidad en Lanzarote. Su posición refleja una presencia reconocible dentro del sector, aunque situada ya en el tramo de comunidades más especializadas y menos masivas que las del bloque de liderazgo nacional.

30. Port Balis

Ubicación: Sant Andreu de Llavaneres, Barcelona, Cataluña

Facebook: 3.817

Instagram: 5.651

Total de seguidores: 9.468

Port Balis ocupa la trigésima posición del ranking nacional, con 9.468 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores, aunque mantiene una comunidad digital significativa dentro del ecosistema náutico catalán.

Su posición responde a un perfil de puerto deportivo con fuerte base territorial, deportiva y social. La instalación se encuentra en Sant Andreu de Llavaneres, en la costa del Maresme, y está gestionada por el Club Nàutic El Balís. Según la información turística de Cataluña, el puerto cuenta con 764 puntos de amarre, varadero, grúas, hangar para embarcaciones, bar-restaurante y escuela de vela.

Desde el punto de vista digital, Port Balis representa un modelo de comunidad apoyada en la combinación de deporte, club, puerto deportivo y entorno metropolitano de Barcelona. Su mayor peso en Instagram frente a Facebook, según los datos del ranking, puede encajar con una comunicación más visual vinculada a la vela, el puerto, los eventos y la vida náutica del Maresme.

Su presencia no responde a una lógica masiva de destino turístico internacional, sino a una identidad consolidada como instalación náutica de referencia en su territorio.

31. Marina de las Salinas U.T.E

Ubicación: San Pedro del Pinatar, Región de Murcia

Facebook: 6.776

Instagram: 2.332

Total de seguidores: 9.108

Marina de las Salinas U.T.E ocupa la trigésimo primera posición del ranking nacional, con 9.108 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se integra en el bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores y representa una de las referencias murcianas dentro del top 50.

La instalación se encuentra en San Pedro del Pinatar y ofrece amarres diarios, de corta estancia o anuales para embarcaciones de hasta 30 metros de eslora, con un calado de 4 metros.

Entre los servicios destacados figuran la asistencia al amarre, seguridad, recogida y reciclaje de residuos, aparcamiento, restaurantes, tiendas, primeros auxilios e información meteorológica. Su oferta de restauración frente al mar también forma parte de su posicionamiento público como espacio náutico y de ocio.

Desde el punto de vista digital, Marina de las Salinas puede apoyarse en su ubicación en San Pedro del Pinatar, su relación con el Mar Menor y el Mediterráneo, sus servicios portuarios y su oferta de restauración. Su presencia en el ranking refleja una comunidad contenida, pero relevante dentro de una instalación con identidad náutica y turística definida.

32. Club Náutico L'Escala

Ubicación: L'Escala, Girona, Cataluña

Facebook: 3.897

Instagram: 5.137

Total de seguidores: 9.034

Club Náutico L'Escala ocupa la trigésimo segunda posición del ranking nacional, con 9.034 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores, con una comunidad digital relevante dentro del ámbito náutico de la Costa Brava.

Su posición se explica por la combinación de puerto deportivo, actividad náutica y ubicación en un enclave de alto valor territorial. La propia entidad sitúa el club en la bahía de Roses, cerca de las ruinas de Empúries y de los parques naturales del Montgrí y de los Aiguamolls de l'Empordà. También presenta el club como un puerto deportivo orientado tanto a usuarios con embarcación como a personas interesadas en disfrutar del mar a motor, a vela o remando.

La actividad deportiva es uno de los elementos que refuerza su presencia pública. El club comunica secciones de vela ligera, pesca, actividad social, vela de crucero y remo, además de cursos de vela ligera, crucero y remo de mar para distintos niveles y edades.

Desde el punto de vista digital, Club Náutico L'Escala muestra una comunidad más apoyada en Instagram que en Facebook, según los datos del ranking. Su presencia se sostiene en una imagen muy visual del entorno, la práctica náutica, la Costa Brava, las actividades deportivas y la relación del club con el territorio.

33. Club Náutico Moraira

Ubicación: Moraira, Teulada, Alicante, Comunidad Valenciana

Facebook: 5.460

Instagram: 3.519

Total de seguidores: 8.979

Club Náutico Moraira ocupa la trigésimo tercera posición del ranking nacional, con 8.979 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Forma parte del bloque de instalaciones con menos de 10.000 seguidores, pero con una comunidad digital suficientemente consolidada como para situarse entre las primeras posiciones de este tercer tramo.

Su posición se explica por la combinación de puerto deportivo, club social, actividad náutica y arraigo local en la Marina Alta. La entidad fue fundada en 1975 como asociación deportiva sin ánimo de lucro, con el objetivo de fomentar la práctica de actividades náutico-deportivas.

Entre los elementos que refuerzan su perfil figuran sus instalaciones y servicios portuarios. El club comunica grúa de 10 toneladas, travelift de 60 toneladas, rampa de varado, varadero, área de carena, suministro de carburantes y tomas de agua y electricidad en atraques.

Desde el punto de vista digital, Club Náutico Moraira puede apoyarse en varios ejes de comunicación: actividad social, servicios al navegante, competiciones, vínculo con el municipio y presencia en un destino costero reconocible. Su posición en el ranking refleja la capacidad de los clubes locales con actividad estable para construir comunidades digitales relevantes, aunque más contenidas que las de las grandes marinas turísticas.

34. Club Náutico El Campello

Ubicación: El Campello, Alicante, Comunidad Valenciana

Facebook: 5.462

Instagram: 3.473

Total de seguidores: 8.935

Club Náutico El Campello ocupa la trigésimo cuarta posición del ranking nacional, con 8.935 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se mantiene dentro del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores y confirma la presencia destacada de la Comunidad Valenciana en la parte media del ranking.

Su trayectoria está vinculada al desarrollo náutico y deportivo del municipio. La historia del club se remonta a 1977 y la propia entidad lo presenta como un club dedicado históricamente a la promoción del deporte náutico.

Uno de sus datos destacados es la capacidad de sus instalaciones. El Club Náutico El Campello comunica 476 amarres para embarcaciones a partir de 5 metros de eslora, y también señala que el muelle cuenta con amarres para embarcaciones de hasta 15 metros.

Desde el punto de vista digital, su comunidad se explica por la suma de actividad portuaria, servicios al navegante, vida social del club y relación con el entorno local. Su posición en el ranking muestra cómo algunos clubes de escala municipal o comarcal logran una presencia significativa cuando mantienen una actividad diversificada y una identidad reconocible en su territorio.

35. Club del Mar de Almería

Ubicación: Almería, Andalucía

Facebook: 3.594

Instagram: 5.224

Total de seguidores: 8.818

Club del Mar de Almería ocupa la trigésimo quinta posición del ranking nacional, con 8.818 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa en el bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores, pero mantiene una comunidad digital suficiente para formar parte del top 50 nacional.

Su posición se explica por una identidad muy vinculada a la ciudad de Almería, a la práctica deportiva y a la vida social del club. La propia entidad sitúa el origen del Club de Mar en 1948, cuando un grupo de aficionados se agrupó para organizar el deporte náutico en Almería.

La ubicación también contribuye a reforzar su visibilidad territorial. El club se encuentra entre la playa del Zapillo, el Cable Inglés y el Puerto de Almería. Además, comunica instalaciones sociales y deportivas como gimnasio, piscina, pista de tenis, sala funcional, zona infantil y varadero.

Desde el punto de vista digital, Club del Mar de Almería representa un modelo de comunidad apoyada en el arraigo local, la actividad deportiva, la vida social y la relación con el litoral urbano. Su presencia en el puesto 35 muestra que los clubes con trayectoria y actividad estable pueden mantener una posición relevante en redes, aunque no tengan el componente aspiracional o turístico internacional de las grandes marinas del ranking.

36. Marina Ibiza

Ubicación: Ibiza, Islas Baleares

Facebook: 5.066

Instagram: 3.738

Total de seguidores: 8.804

Marina Ibiza ocupa la trigésimo sexta posición del ranking nacional, con 8.804 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se integra en el bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores, aunque su marca cuenta con un posicionamiento cualitativo reconocible dentro del segmento de marinas vinculadas al turismo náutico y al estilo de vida mediterráneo.

Su presencia digital debe leerse desde la combinación de náutica, destino turístico, servicios al navegante y proyección internacional de Ibiza. La propia marina se presenta como un destino de “yachting & lifestyle”, asociado a una experiencia náutica y de ocio en uno de los enclaves más reconocibles del Mediterráneo.

Entre los elementos que explican su posicionamiento destacan los servicios orientados al usuario náutico y a embarcaciones de mayor eslora. Marina Ibiza comunica servicios generales, asistencia en muelle, conserje y servicios de reparación y refit. También ofrece amarres para yates desde 8 metros hasta superyates de más de 95 metros.

Desde el punto de vista digital, Marina Ibiza es un caso en el que la comunidad acumulada no alcanza las cifras de las grandes líderes baleares, pero el posicionamiento de marca sí mantiene una fuerte asociación con destino, exclusividad, servicios náuticos y experiencia mediterránea.

37. Club Nàutic L'Estartit

Ubicación: L'Estartit, Torroella de Montgrí, Girona, Cataluña

Facebook: 3.582

Instagram: 5.081

Total de seguidores: 8.663

Club Nàutic L'Estartit ocupa la trigésimo séptima posición del ranking nacional, con 8.663 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Forma parte del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores, con una comunidad digital relevante dentro del ámbito náutico de la Costa Brava.

Su posición se explica por la combinación de puerto deportivo, destino natural, actividad náutica y vinculación territorial. El club comunica una oferta que incluye amarres, actividades, alquiler de embarcaciones, escuela de vela y restauración, en un entorno asociado al Empordà y a la Costa Brava.

Uno de los datos destacados es la dimensión de sus instalaciones. El Club Nàutic L'Estartit dispone de 643 amarres de alquiler para embarcaciones de 4 a 45 metros de eslora, dentro de unas instalaciones de 78.000 metros cuadrados.

Desde el punto de vista digital, su comunidad se apoya en la fuerza visual y turística de la Costa Brava, la proximidad a un entorno natural reconocible y una oferta que combina navegación, actividades, escuela de vela, servicios portuarios y experiencia de destino. Su mayor peso en Instagram frente a Facebook encaja con una presencia especialmente visual.

38. Club Náutico Denia

Ubicación: Dénia, Alicante, Comunidad Valenciana

Facebook: 3.776

Instagram: 4.841

Total de seguidores: 8.617

Club Náutico Denia ocupa la trigésimo octava posición del ranking nacional, con 8.617 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores y refuerza la presencia de la Comunidad Valenciana en la parte media-baja del top 50.

La entidad se identifica como Real Club Náutico Dénia. Según su información institucional, fue inaugurado en 1968 por un grupo de personas vinculadas al mar, y desde entonces ha desarrollado una trayectoria ligada a la navegación y a los deportes náuticos.

Su presencia digital puede explicarse por la combinación de club social, actividad náutica, escuela, competiciones, servicios y relación con Dénia como destino mediterráneo. Además, el club mantiene una vinculación deportiva relevante, con actividad en el ámbito de la vela y competiciones náuticas celebradas en la ciudad. En 2026, por ejemplo, Dénia acogió una fase de la Olympic Week de la Comunitat Valenciana en el Real Club Náutico de Dénia.

Desde el punto de vista del ranking, Club Náutico Denia representa un modelo de comunidad digital de escala local y territorial, más apoyada en Instagram que en Facebook según los datos analizados. Su posición refleja una presencia sostenida, aunque más contenida que la de las grandes marinas turísticas o los clubes situados en el tramo superior.

39. Puerto Deportivo de Melilla

Ubicación: Melilla

Facebook: 7.979

Instagram: 578

Total de seguidores: 8.557

Puerto Deportivo de Melilla ocupa la trigésimo novena posición del ranking nacional, con 8.557 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores, pero con una comunidad especialmente concentrada en Facebook.

La instalación se corresponde con Puerto Noray, integrado en el Puerto de Melilla. Según la información oficial de la Autoridad Portuaria de Melilla, está situado al sur de las instalaciones portuarias y cuenta con una superficie total de 36.700 metros cuadrados, con capacidad para 397 embarcaciones deportivas y de recreo de entre 6 y 24 metros de eslora.

Otro rasgo relevante es su operativa de servicio. La información oficial recoge atención de marinería 24 horas durante los siete días de la semana, así como servicio de combustible también 24/7.

Desde el punto de vista digital, su posición puede explicarse por la combinación de puerto deportivo, espacio urbano, zona de servicios y singularidad territorial. A diferencia de otras instalaciones peninsulares o insulares, Puerto Deportivo de Melilla proyecta una identidad marcada por su condición de enclave mediterráneo norteafricano, su relación directa con la ciudad y su función como punto de servicio para navegantes.

40. Club Marítimo de Mahón

Ubicación: Mahón, Menorca, Islas Baleares

Facebook: 4.307

Instagram: 4.188

Total de seguidores: 8.495

Club Marítimo de Mahón ocupa la cuadragésima posición del ranking nacional, con 8.495 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores, con una comunidad digital bastante equilibrada entre las dos redes analizadas.

Su presencia en el ranking se explica por una trayectoria histórica vinculada a la actividad marítima de Mahón y de Menorca. La propia entidad explica que el club es fruto de la evolución de “Sa Lliga”, la Junta Provincial de la Liga Marítima Nacional, constituida en 1900, y que el Club Marítimo de Mahón fue reconocido oficialmente el 11 de marzo de 1945.

La entidad destaca también una labor social, formativa y deportiva desarrollada durante décadas, así como su vínculo con la sociedad mahonesa y menorquina. Ese componente histórico y territorial ayuda a explicar una comunidad digital que no responde tanto a una lógica de gran marina turística, sino a la continuidad de una institución náutica con arraigo local.

Desde el punto de vista digital, Club Marítimo de Mahón representa un modelo de club con presencia moderada pero sólida, apoyada en la actividad deportiva, la tradición marítima y la relación con Menorca como territorio insular. Su equilibrio entre Facebook e Instagram sugiere una comunidad distribuida entre públicos más tradicionales y audiencias más visuales.

41. Club Nàutic Sant Antoni de Portmany

Ubicación: Sant Antoni de Portmany, Ibiza, Islas Baleares

Facebook: 3.874

Instagram: 4.481

Total de seguidores: 8.355

Club Nàutic Sant Antoni de Portmany ocupa la cuadragésimo primera posición del ranking nacional, con 8.355 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se mantiene dentro del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores, aunque con una presencia digital relevante dentro del ámbito náutico ibicenco.

La entidad, conocida también como Es Nàutic, nació de la necesidad de pescadores y aficionados al mar de Sant Antoni de disponer de un amarre seguro para sus embarcaciones. La propia web del club lo define como un colectivo surgido del pueblo e integrado en él, con representación de distintos estamentos sociales y empresariales de la bahía de Portmany.

El club señala además que sus instalaciones se sitúan en el interior de la bahía de Portmany, en pleno centro de Sant Antoni, al noroeste de Ibiza. También subraya su condición de entidad sin ánimo de lucro, con obra social, formación, educación de nuevas generaciones y acercamiento al mar a través del deporte y el respeto al medio ambiente.

Desde el punto de vista digital, su comunidad se explica por la combinación de club náutico, arraigo local, actividad social, formación y relación directa con la bahía de Portmany. Su mayor peso en Instagram frente a Facebook encaja con una instalación situada en un destino muy visual y turístico, aunque su identidad pública se apoya también en una base social local.

42. Monte Real Club de Yates de Baiona

Ubicación: Baiona, Pontevedra, Galicia

Facebook: 5.308

Instagram: 2.925

Total de seguidores: 8.233

Monte Real Club de Yates de Baiona ocupa la cuadragésimo segunda posición del ranking nacional, con 8.233 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del bloque de instalaciones con menos de 10.000 seguidores, pero con una relevancia histórica y deportiva muy superior a la lectura puramente cuantitativa de su comunidad digital.

La entidad tiene su origen en el Erizana Yachting Club Internacional, fundado en Baiona el 20 de junio de 1964. Apenas un año después, el 24 de marzo de 1965, se convirtió en el Monte Real Club Internacional de Yachting Bayona La Real, antecedente del actual Monte Real Club de Yates.

Su posicionamiento histórico está ligado al fomento del turismo náutico internacional y a la organización de regatas. La propia entidad destaca, entre otros hitos, la organización del Trofeo Príncipe de Asturias de forma ininterrumpida desde 1986 y su decisión de lanzar un desafío español a la Copa América de Vela.

Desde el punto de vista digital, el Monte Real Club de Yates de Baiona responde al perfil de club con alto peso institucional y deportivo, pero con una comunidad en redes más segmentada. Su posición en el ranking refleja una presencia moderada en volumen, aunque asociada a una marca náutica reconocible dentro de la vela española.

43. Marina Alicante

Ubicación: Alicante, Comunidad Valenciana

Facebook: 6.221

Instagram: 1.944

Total de seguidores: 8.165

Marina Alicante ocupa la cuadragésimo tercera posición del ranking nacional, con 8.165 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores y representa el perfil de una marina urbana integrada en una ciudad mediterránea con fuerte actividad turística.

La instalación se presenta como Marina Deportiva del Puerto de Alicante y comunica capacidad para más de 740 embarcaciones. Su ubicación en el puerto de Alicante le permite combinar servicios náuticos, entorno urbano, oferta de ocio y relación directa con la ciudad.

Uno de sus datos operativos destacados es su capacidad portuaria. Marina Alicante dispone de un espejo de agua de 123.392 metros cuadrados, con capacidad para 748 embarcaciones de hasta 60 metros de eslora. Además, cada amarre hasta 15 metros cuenta con finger y los puntos de atraque disponen de agua, electricidad y televisión vía satélite a partir de 10 metros de eslora.

Desde el punto de vista digital, Marina Alicante puede apoyarse en una combinación de puerto deportivo, ciudad, ocio, restauración, servicios náuticos y actividad turística. Su comunidad se concentra principalmente en Facebook, según los datos del ranking, lo que la sitúa como una instalación con presencia digital moderada pero reconocible dentro del mapa náutico de la Comunidad Valenciana.

44. Club Náutico Villajoyosa

Ubicación: La Vila Joiosa / Villajoyosa, Alicante, Comunidad Valenciana

Facebook: 4.650

Instagram: 3.395

Total de seguidores: 8.045

Club Náutico Villajoyosa ocupa la cuadragésimo cuarta posición del ranking nacional, con 8.045 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores, con una comunidad digital de escala local y territorial.

La entidad tiene su origen el 15 de enero de 1967, fecha en la que se acordó su creación durante una sesión ordinaria de la junta directiva de la entonces Asociación Civil L'Assut. Ese origen muestra una trayectoria ligada al asociacionismo local y al desarrollo de la actividad náutica en el municipio.

En el plano portuario, el club comunica amarres equipados con servicios e instalaciones orientadas a la seguridad y comodidad de las embarcaciones. También señala que parte de sus amarres están destinados a embarcaciones propiedad de terceros no socios, lo que refuerza su función como espacio náutico abierto a distintos perfiles de usuarios.

Desde el punto de vista digital, Club Náutico Villajoyosa combina actividad portuaria, servicios al navegante, deportes náuticos, vida social y relación con un municipio costero de fuerte identidad mediterránea. Su posición en el ranking refleja una comunidad digital contenida, pero suficientemente activa para mantenerse dentro del top 50 nacional.

45. Club Náutico de Arenys

Ubicación: Arenys de Mar, Barcelona, Cataluña

Facebook: 2.135

Instagram: 5.825

Total de seguidores: 7.960

Club Náutico de Arenys ocupa la cuadragésimo quinta posición del ranking nacional, con 7.960 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Forma parte del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores y presenta una comunidad especialmente apoyada en Instagram, según los datos analizados.

Su posición se explica por una trayectoria consolidada dentro de la náutica catalana. La propia entidad señala que, desde 1952, el Club Náutico de Arenys de Mar desarrolla la afición a los deportes marítimos y la cultura de mar a través de actividades y servicios dirigidos a distintos públicos.

La instalación se ubica en Arenys de Mar, en el Maresme, un entorno con tradición marítima y conexión directa con el litoral barcelonés. Su perfil responde al de un club con base territorial, actividad deportiva y servicios vinculados a la práctica náutica.

Desde el punto de vista digital, Club Náutico de Arenys mantiene una comunidad moderada, pero relevante dentro del tramo final del ranking. Su mayor presencia en Instagram puede explicarse por el peso visual de la actividad náutica, el puerto, la vela y el entorno costero.

46. Port Ginesta

Ubicación: Sitges, Barcelona, Cataluña

Facebook: 3.126

Instagram: 4.786

Total de seguidores: 7.912

Port Ginesta ocupa la cuadragésimo sexta posición del ranking nacional, con 7.912 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Aunque se sitúa en la parte final del top 50, su caso es relevante por la dimensión de la instalación y por su ubicación próxima a Barcelona.

La propia marina se presenta como el puerto deportivo más grande de España en alquiler de amarres y servicios náuticos, con 1.189 amarres y 75 empresas. También comunica una localización estratégica a 15 minutos al sur de Barcelona, en el entorno del Parque Natural del Garraf.

Desde el punto de vista digital, Port Ginesta combina varios factores con capacidad de generar comunidad: gran volumen de amarres, actividad empresarial náutica, proximidad a Barcelona, relación con el Garraf y especialización en servicios para embarcaciones. Sin embargo, su posición en el ranking muestra que la dimensión portuaria no siempre se traduce de forma directa en grandes cifras acumuladas en redes sociales.

Su comunidad digital queda por debajo de los 8.000 seguidores acumulados, pero mantiene una presencia reconocible dentro del mapa náutico catalán y dentro del conjunto de instalaciones incluidas en el top 50 nacional.

47. Puerto Deportivo Santa Eulalia

Ubicación: Santa Eulària des Riu, Ibiza, Islas Baleares

Facebook: 468

Instagram: 7.146

Total de seguidores: 7.614

Puerto Deportivo Santa Eulalia ocupa la cuadragésimo séptima posición del ranking nacional, con 7.614 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa dentro del bloque final del top 50 y presenta una distribución muy desigual entre redes, con una comunidad concentrada principalmente en Instagram.

La instalación comunica amarres para embarcaciones de entre 6 y 22 metros, con posibilidad de consultar esloras superiores. Además, el puerto cuenta con una zona comercial que agrupa restaurantes, bares, cafeterías, tiendas, prestaciones náuticas y otros servicios.

Su posición se entiende por la combinación de puerto deportivo, destino turístico, actividad comercial y entorno ibicenco. Aunque su comunidad en Facebook es reducida dentro del ranking, su presencia en Instagram es notable en comparación con otras instalaciones del tramo final.

Desde el punto de vista digital, Puerto Deportivo Santa Eulalia puede apoyarse en una imagen vinculada a Ibiza, al turismo costero, a la vida portuaria, a la restauración y a los servicios náuticos. Su presencia en el top 50 refleja una comunidad moderada en volumen total, pero con un claro componente visual y turístico.

48. Port Olímpic

Ubicación: Barcelona, Cataluña

Facebook: 304

Instagram: 7.033

Total de seguidores: 7.337

Port Olímpic ocupa la cuadragésimo octava posición del ranking nacional, con 7.337 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa en el tramo final del top 50, dentro del bloque de instalaciones por debajo de los 10.000 seguidores.

Su caso tiene una singularidad clara: no es solo un puerto deportivo, sino también un espacio urbano integrado en el frente marítimo de Barcelona. La propia instalación comunica que dispone de 674 amarres para embarcaciones de entre 7 y 30 metros de eslora, en un puerto que se encuentra en proceso de transformación y mejora de sus infraestructuras y servicios.

Desde el punto de vista digital, Port Olímpic presenta una comunidad muy concentrada en Instagram. Este dato encaja con una instalación cuya comunicación puede apoyarse en una imagen especialmente visual: ciudad, mar, puerto, restauración, espacio público y transformación urbana.

Su posición en el ranking muestra una diferencia interesante entre notoriedad urbana y volumen de comunidad digital. Aunque Port Olímpic es un enclave reconocible dentro de Barcelona, su presencia acumulada en Facebook e Instagram queda por debajo de otras marinas y clubes con comunidades sectoriales más consolidadas.

49. Club Náutico Ibiza

Ubicación: Ibiza, Islas Baleares

Facebook: 3.871

Instagram: 3.273

Total de seguidores: 7.144

Club Náutico Ibiza ocupa la cuadragésimo novena posición del ranking nacional, con 7.144 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Se sitúa en el tramo final del top 50, aunque su peso histórico y social dentro de la náutica ibicenca es mayor de lo que puede reflejar únicamente la cifra de seguidores.

La entidad fue constituida formalmente el 27 de febrero de 1925, aunque el propio club señala que había comenzado a funcionar el año anterior. En 2025, el Club Náutico Ibiza celebró su centenario, un hito que refuerza su condición de institución náutica histórica en la isla.

Desde el punto de vista digital, su comunidad aparece bastante equilibrada entre Facebook e Instagram. Su presencia se apoya en la historia del club, la actividad náutica, la formación, la vida social y la relación con el puerto de Ibiza.

Su posición en el ranking confirma que una trayectoria histórica extensa no siempre se traduce en grandes cifras de comunidad digital. Aun así, Club Náutico Ibiza mantiene una presencia reconocible dentro del mapa náutico balear y dentro del conjunto de instalaciones incluidas en el top 50 nacional.

50. Puerto Deportivo Tomás Maestre

Ubicación: La Manga del Mar Menor, Región de Murcia

Facebook: 4.699

Instagram: 2.432

Total de seguidores: 7.131

Puerto Deportivo Tomás Maestre ocupa la quincuagésima posición del ranking nacional, con 7.131 seguidores acumulados entre Facebook e Instagram. Cierra el top 50 de puertos deportivos, marinas y clubes náuticos de España con mayor presencia digital en las dos redes analizadas.

Su posición se explica por la dimensión de la instalación y por su ubicación estratégica en La Manga del Mar Menor. La información turística oficial de la Región de Murcia sitúa el puerto en la zona norte de La Manga, en la ribera del Mar Menor, con acceso desde el Mediterráneo a través de un canal navegable.

Uno de sus datos destacados es su capacidad portuaria. La propia instalación comunica amarre para cerca de 1.800 embarcaciones, desde los 7 hasta los 30 metros de eslora, lo que lo sitúa entre los puertos con mayor número de amarres del Mediterráneo.

Desde el punto de vista digital, Puerto Deportivo Tomás Maestre mantiene una comunidad moderada, más apoyada en Facebook que en Instagram según los datos del ranking. Su presencia en el top 50 refleja la relevancia de una instalación de gran dimensión portuaria y fuerte vinculación territorial, aunque con una comunidad digital inferior a la de las grandes marinas turísticas o los clubes situados en los tramos superiores.

