



CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

NUESTRAS APPS DE CADA DÍA

Informe sobre el uso de plataformas digitales en Costa Rica **2025**



CRÉDITOS

Equipo de investigación general

Carlos Brenes Peralta

Ignacio Siles González

Larissa Tristán Jiménez

Estrategia de comunicación

Melissa Solano Morales

Coordinador de encuesta

Ronald Alfaro Redondo

Trabajo de encuesta

Sharon Camacho, *coordinación*

José Torres, *supervisión*

Eduard Hernández, *supervisión*

Elaboración del cuestionario

Equipo de investigación

Diseño y diagramación

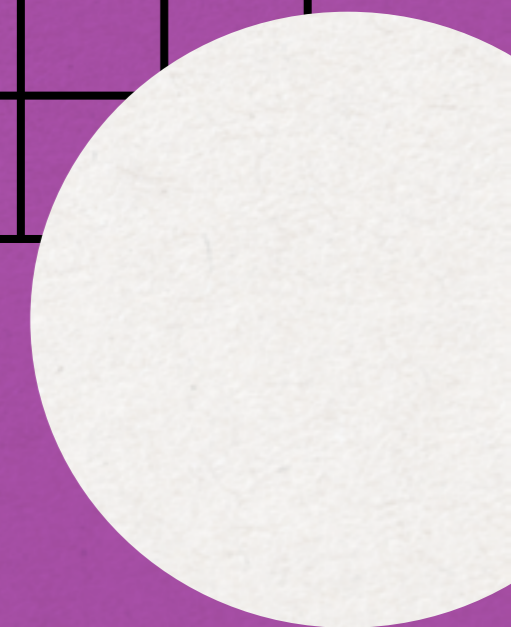
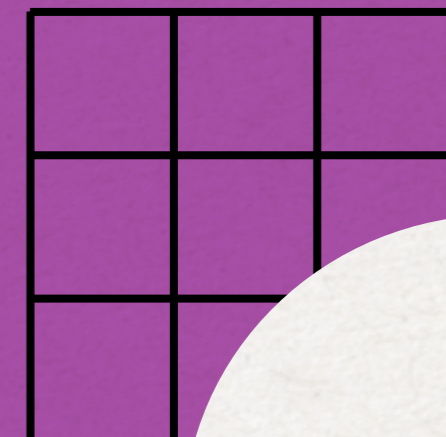
Diana Castro Brenes



La distribución de este informe está protegida bajo la licencia Creative Commons BY-NC-ND 4.0 Internacional (Atribución-No Comercial-Sin Derivadas)

¿Cómo citar este informe?

Brenes Peralta, C., Siles, I. & Tristán Jiménez, L. (2025). *Nuestras apps de cada día 2025: Informe sobre el uso de plataformas digitales en Costa Rica*. San José, Costa Rica: CICOM.





| | |
|--------------------------|-----------|
| Introducción | 4 |
| Metodología | 6 |
| Resumen ejecutivo | 9 |
| Redes sociales | 10 |
| Facebook | 11 |
| TikTok | 12 |
| Instagram | 13 |
| X (antes Twitter) | 14 |
| LinkedIn | 15 |
| Threads | 16 |
| Mensajería | 17 |
| WhatsApp | 18 |
| Telegram | 19 |

| | |
|-------------------------------------|-----------|
| Plataformas de audio y video | 20 |
| Entretenimiento | 21 |
| YouTube | 22 |
| Netflix | 23 |
| Disney + | 24 |
| IPTV | 25 |
| Spotify | 26 |

CONTENIDOS

| | |
|---------------------|-----------|
| Conclusiones | 27 |
|---------------------|-----------|



INTRODUCCIÓN

La conversación sobre el uso de aplicaciones digitales en Costa Rica suele basarse en una serie de creencias extendidas. Entre ellas, que el uso de estas aplicaciones se concentra en el Valle Central, que es un fenómeno juvenil o que el país enfrenta una profunda brecha digital asociada al nivel educativo. Estas percepciones atraviesan las conversaciones cotidianas, los debates públicos y los encuadres de los medios de comunicación, particularmente en contextos electorales. El informe ***Nuestras apps de cada día*** surge de la necesidad de contrastar estas creencias con evidencia empírica sobre el uso cotidiano de aplicaciones digitales en el país.

Los tres informes elaborados hasta la fecha han permitido matizar y, en algunos casos, desmitificar estas creencias. Los datos muestran que el uso de muchas aplicaciones digitales es proporcionalmente similar tanto en el Valle Central como en las zonas costeras, y que las dos principales brechas de acceso identificadas se relacionan con la edad y el nivel educativo.

Los resultados también indican que, aunque el acceso a determinadas plataformas se ha ampliado y otras se han consolidado como aplicaciones de nicho, Facebook continúa siendo la red social de mayor uso entre la población costarricense. Le sigue TikTok, una plataforma que ha logrado romper la barrera etaria y que progresivamente ha desplazado a Instagram como la segunda aplicación más utilizada en el país.

A lo largo de estos tres años, WhatsApp se mantiene como la principal herramienta de mensajería instantánea para la comunicación cotidiana, mientras que YouTube se consolida como un canal central para el acceso a información, entretenimiento y contenidos de diversa índole. Este informe incorpora, además, nuevos datos de plataformas como LinkedIn, así como datos sobre la consolidación de redes utilizadas por públicos más específicos, como X y Threads.

En un contexto marcado por la coyuntura electoral y por el debate en torno al papel de los algoritmos en la circulación de la información, así como por la creciente relevancia de las redes

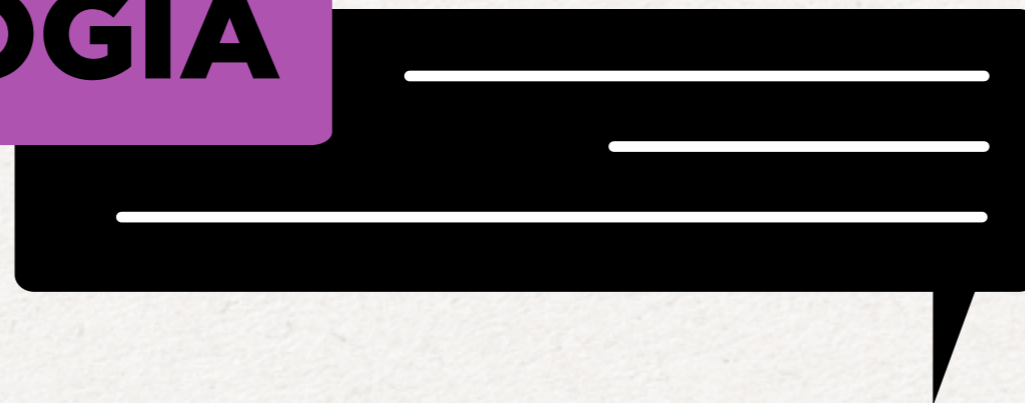
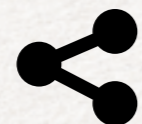
sociales en la agenda pública y la socialización, este estudio permite observar cómo se ejerce la comunicación digital en Costa Rica a partir de variables como la edad, el nivel educativo y la ubicación geográfica.

Los hallazgos de este informe contribuyen a una comprensión más precisa y menos estereotipada del ecosistema digital costarricense, al ofrecer evidencia sobre cómo la población accede, interactúa y construye su comunicación cotidiana en

entornos digitales. De esta forma, el estudio busca aportar insumos relevantes para el debate público y el análisis del papel que las plataformas digitales desempeñan en la vida social y política del país.

Agradecemos el apoyo del Espacio Universitario de Estudios Avanzados (UCREA) y del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP) de la Universidad de Costa Rica en el desarrollo de la encuesta presentada en este informe.

METODOLOGÍA



La presente encuesta se realizó a la ciudadanía costarricense con teléfono celular, lo cual abarca aproximadamente el 97.5% de la población. A partir del marco muestral del Plan Nacional de Numeración de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) se realizó un muestreo aleatorio. Se completaron 792 entrevistas telefónicas a personas mayores de 18 años, entre los días 25 y 29 de agosto de 2025, durante la mañana, la tarde y la noche (9:00 a 20:30). Con las entrevistas y utilizando un nivel de confianza del 95%, se estima un error muestral máximo de ± 3.5 puntos porcentuales, asumiendo la máxima variabilidad en preguntas dicotómicas. Esto significa que toda generalización que se haga con base en estos datos debe referirse estrictamente a la población con teléfono celular y no a la población en su totalidad. La cobertura geográfica de la encuesta es el territorio nacional de Costa Rica.

En la categoría **“usuario intenso”** se incluye a todas las personas que afirmaron usar una plataforma **“todos los días”** o **“al menos un día por semana”**.

En la categoría **“usuario moderado”** se incluye a todas las personas que afirmaron usar una plataforma **“cada quince días”** o **“al menos un día por mes”**.

En la categoría de “usuario” se incluye a todas las personas que reportaron un uso intenso o moderado de una plataforma. En esta encuesta se indagó sobre variables sociodemográficas como educación, género, edad y provincia de residencia. Este informe reporta aquellas variables que fueron estadísticamente significativas en el uso de cada plataforma.

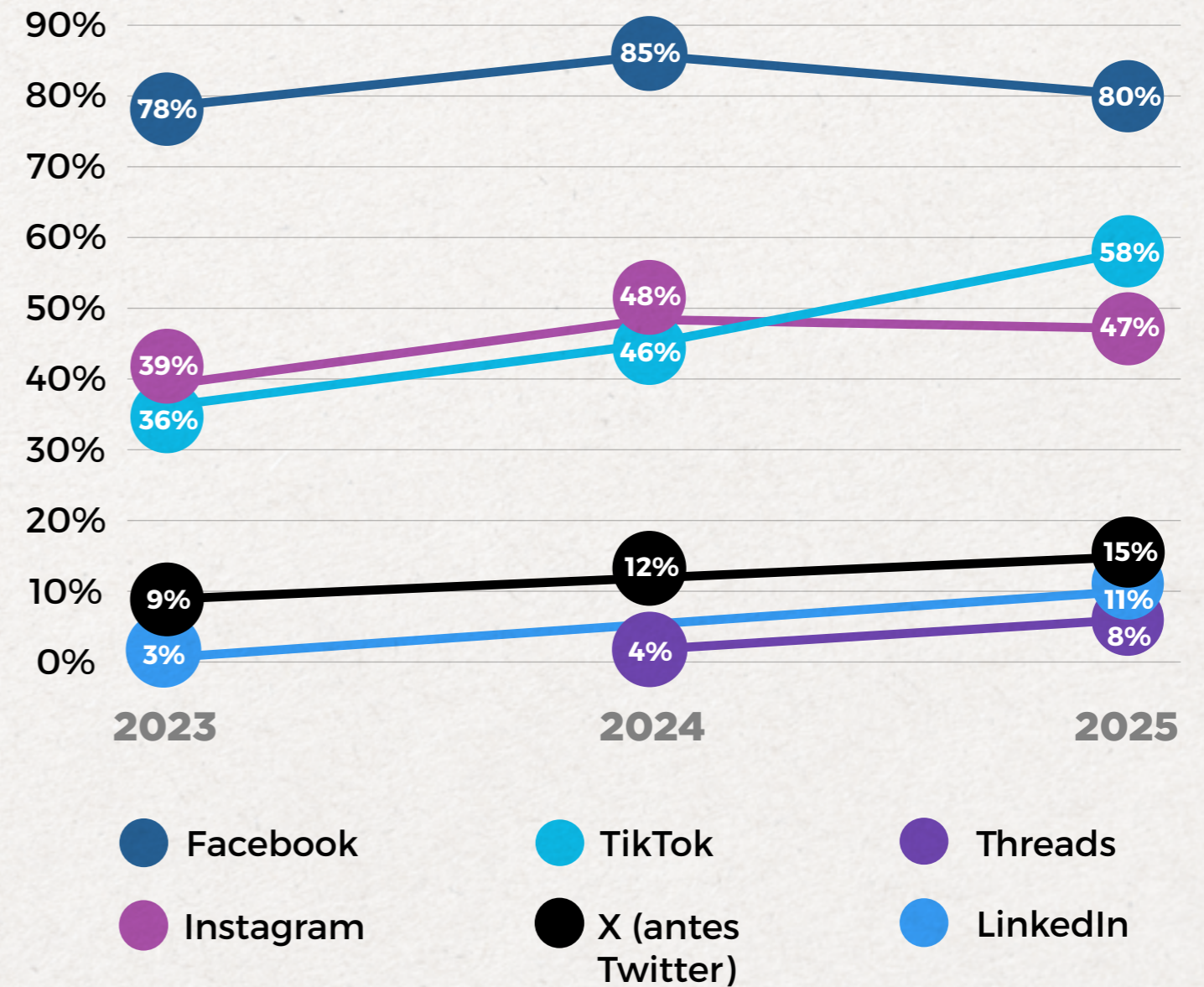
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DE LA MUESTRA Y DE LA POBLACIÓN. NOVIEMBRE 2023

| | ENCUESTA ALEATORIA | | POBLACIÓN |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------|-----------|
| | SIN PONDERAR | PONDERADA | |
| GÉNERO | | | |
| Mujeres | 52% | 52% | 53% |
| Hombres | 48% | 48% | 47% |
| Otro no binario | 0,4% | 0,3% | - |
| Total | | | 100% |
| EDAD EN GRUPOS | | | |
| 18 a 34 | 22% | 32% | 35% |
| 35 a 54 | 41% | 36% | 36% |
| 55 y más | 37% | 32% | 28% |
| Total | | | 100% |
| NIVEL DE EDUCACIÓN | | | |
| Primaria (completa o incompleta) o menos (sin estudios) | 21% | 34% | 35% |
| Secundaria (completa o incompleta) | 44% | 42% | 40% |
| Superior (universitaria completa e incompleta) o estudios técnicos superiores | 35% | 24% | 25% |
| Total | 100% | 100% | 100% |



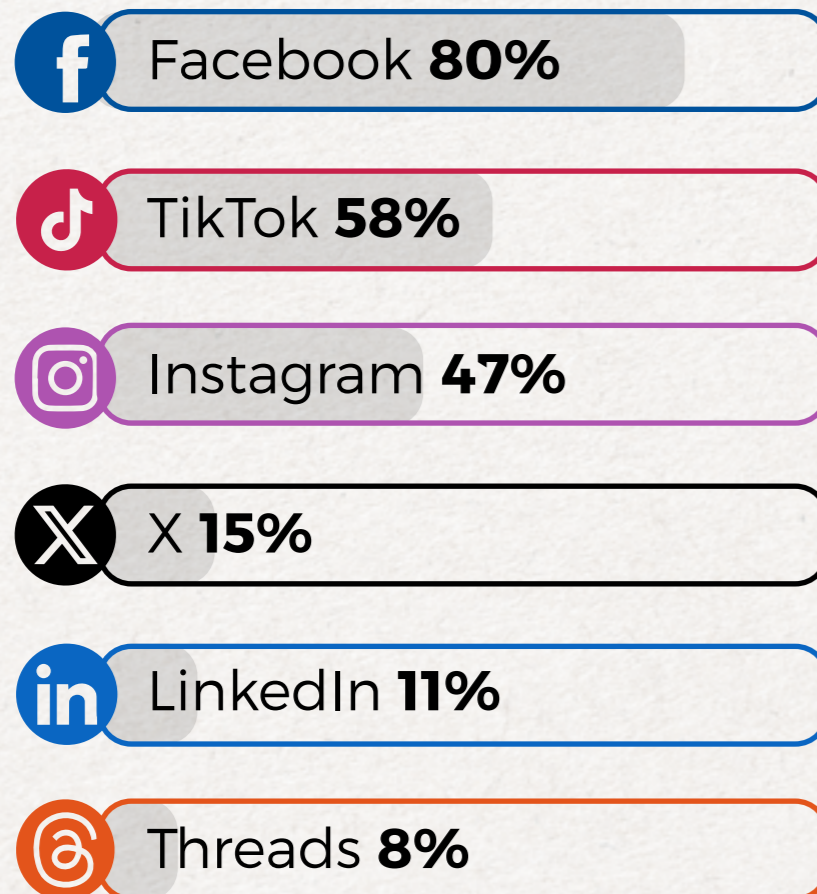


USO DE REDES SOCIALES EN COSTA RICA (2023-2025)

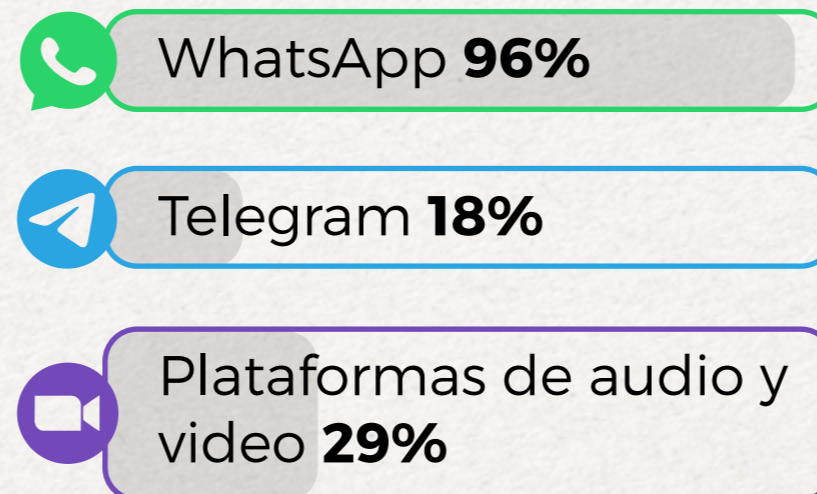


RESUMEN EJECUTIVO

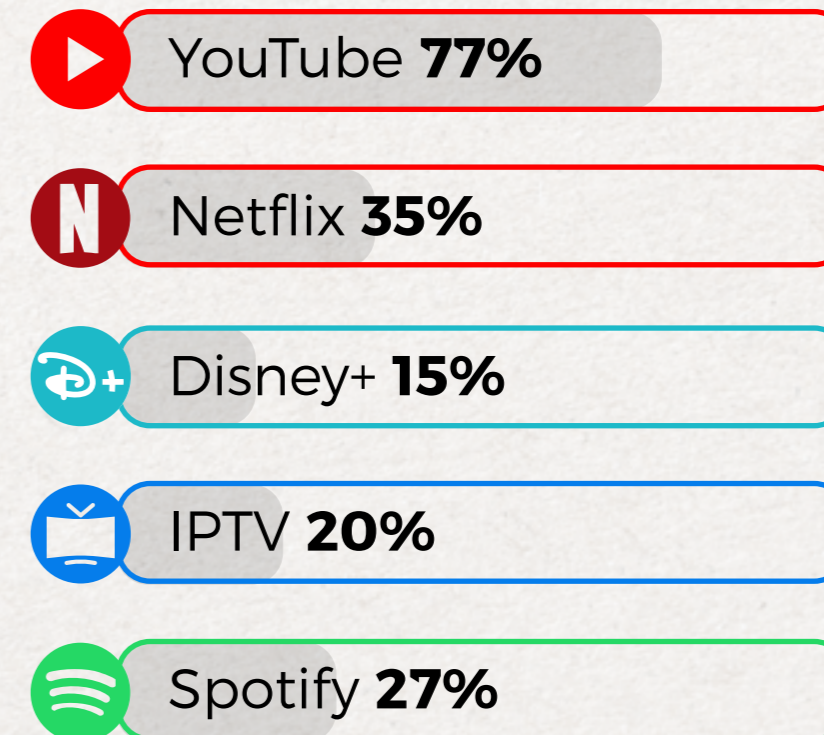
Redes sociales



Mensajería



Entretenimiento





REDES SOCIALES

Facebook | Instagram | TikTok | X | Threads





FACEBOOK

Facebook continúa siendo la red social más utilizada en Costa Rica, no solo por su alta penetración, sino también por la frecuencia de uso entre la población.



Aunque **el grupo etario que más emplea Facebook es el de 35 a 44 años,** también es usado significativamente por personas más jóvenes (entre 18 y 34).

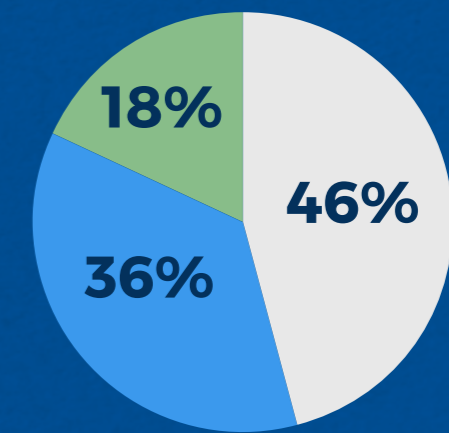
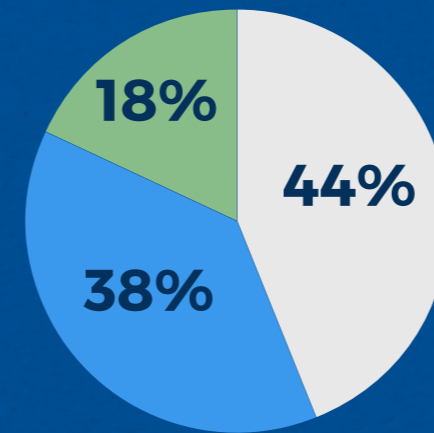


80% de la población la usa



75% la usa de manera intensa

5% la usa de manera moderada



- 18 y 34 años
- 35 y 54 años
- + 55 años



- Universitaria
- Secundaria
- Primaria



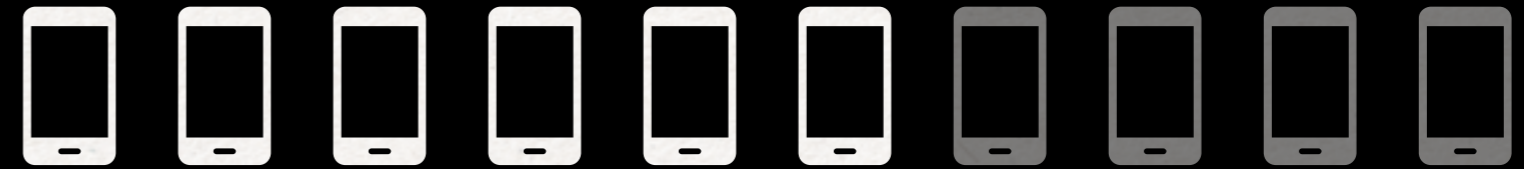
TIKTOK

Es la red social de mayor crecimiento en Costa Rica.

Aumentó la cantidad de personas que la usa de manera intensa desde el 2023.



Ya no es exclusivo de las personas más jóvenes. **Los grupos de usuarios entre 18 y 34, y entre 35 y 54, la usan en la misma proporción.** Es de las pocas plataformas digitales donde hay diferencia de género: **la usan más mujeres que hombres.**

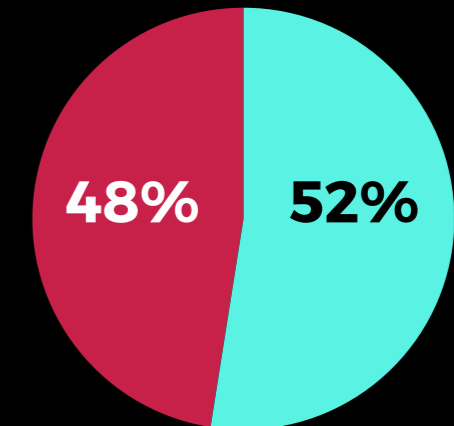
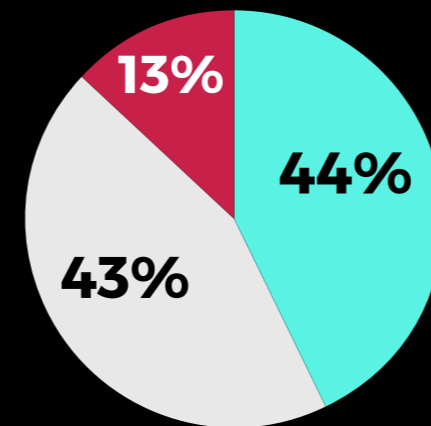


58% de la población la usa



51% la usa de manera intensa

7% la usa de manera moderada



- 18 y 34 años
- 35 y 54 años
- + 55 años

Se definen como:

- Mujeres
- Hombres



INSTAGRAM

Su uso se mantiene estable desde 2023.

No solo se usa mucho en el país, sino que se usa con mucha frecuencia.



También se ha mantenido estable el tipo de persona que la usa: **en su mayoría son jóvenes (menores de 35 años), con educación** (principalmente universitaria y secundaria) y residentes del Valle Central.

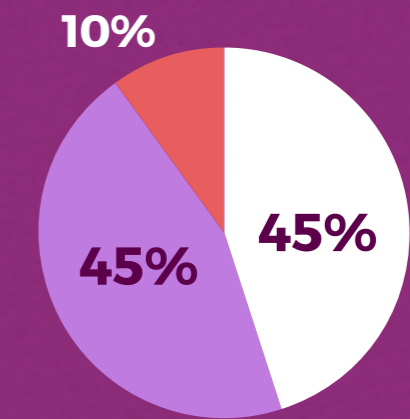
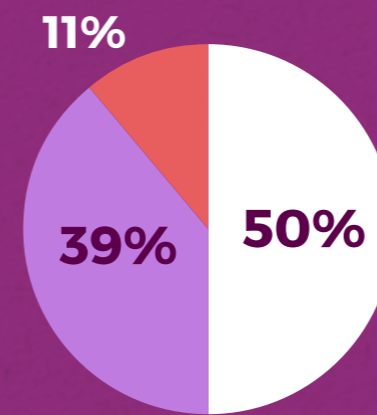


47% de la población la usa



39% la usa de manera intensa

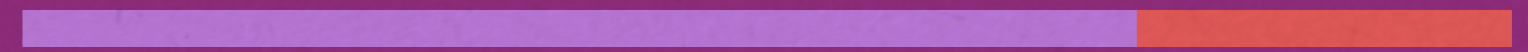
8% la usa de manera moderada



- 18 y 34 años
- 35 y 54 años
- + 55 años



- Universitaria
- Secundaria
- Primaria



76% reside en el Valle Central

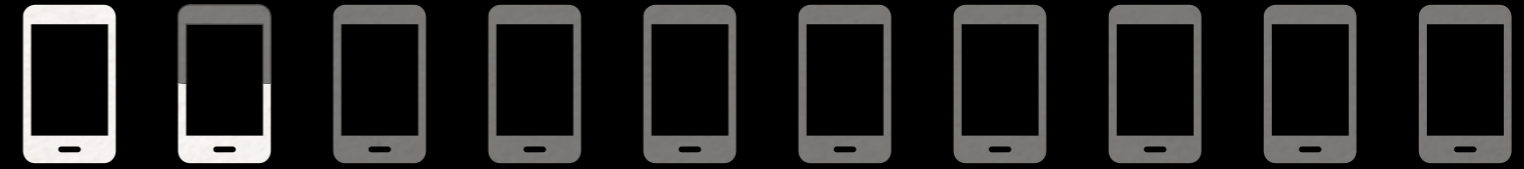
24% en las costas



X ANTES TWITTER

Se confirma la tendencia identificada en 2024:
la transición de Twitter a X no ha modificado la frecuencia de uso ni el tipo de usuario en Costa Rica.

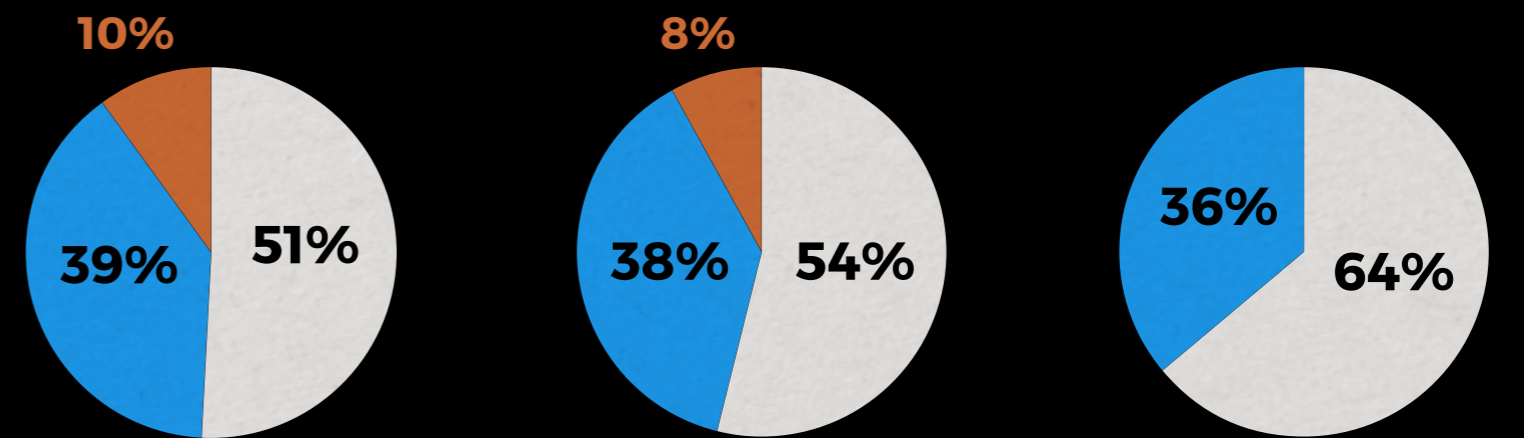
Sus usuarios son principalmente hombres del Valle Central, con estudios universitarios y menores de 35 años. Desde 2023, el uso de X ha aumentado de 9% a 15% de la población adulta del país con teléfono celular.



15% de la población la usa



9% la usa de manera intensa **6%** la usa de manera moderada



18 y 34 años 35 y 54 años + 55 años
Universitaria Secundaria Primaria
Se definen como: Hombres Mujeres





LINKEDIN

Aunque su uso es relativamente bajo comparado a otras redes sociales, **ha aumentado significativamente desde 2023** (de 3% a 11% de la población adulta con teléfono celular).



Se trata de una plataforma de “nicho”: su uso se concentra en personas menores de 55 años (en su mayoría hombres), con educación universitaria y principalmente del Valle Central.

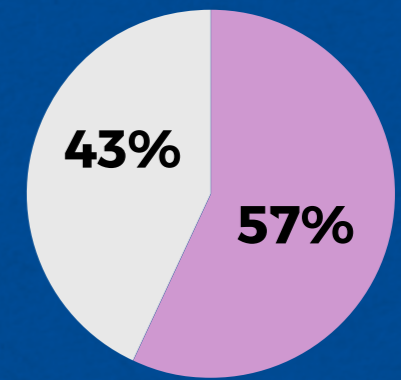
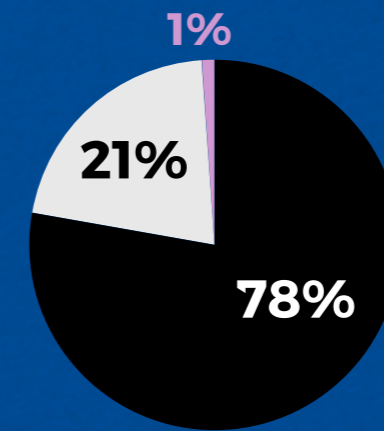
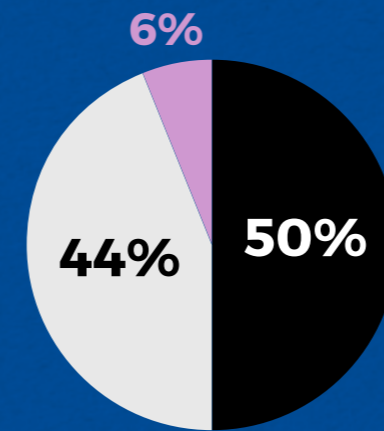


11% de la población la usa



6% la usa de manera intensa

5% la usa de manera moderada



■ 18 y 34 años
 ■ 35 y 54 años
 ■ + 55 años

■ Universitaria
 ■ Secundaria
 ■ Primaria

Se definen como:
 ■ Hombres
 ■ Mujeres



82% reside en el Valle Central

18% en las costas

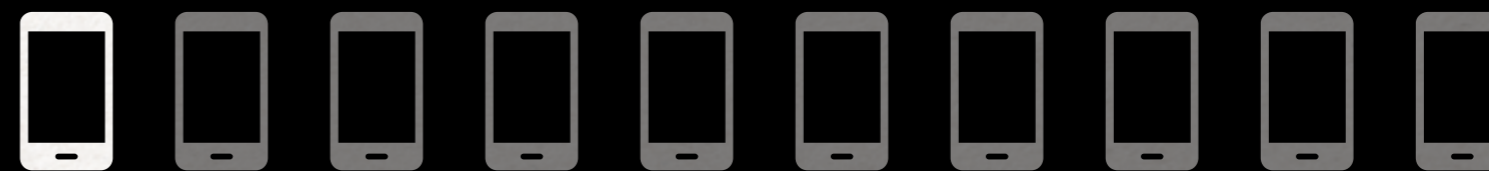
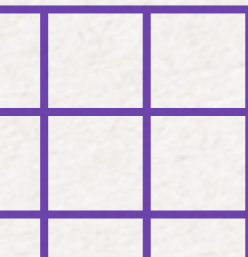


THREADS

Desde su lanzamiento en julio de 2023, **Threads logró atraer a un 8% de la población adulta del país que tiene teléfono celular.**

x2

Esto es, prácticamente, la mitad del número de usuarios de X (su principal competidor). **Su número de personas usuarias se duplicó desde 2024.**

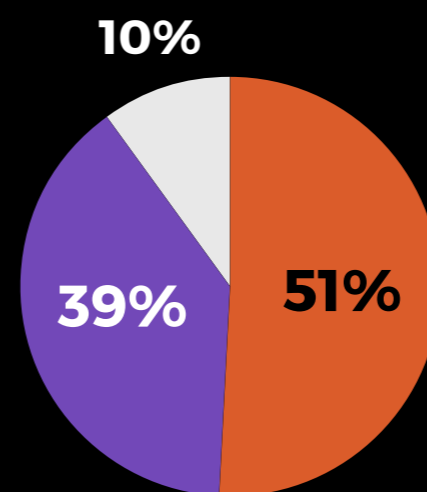


8% de la población la usa



5% la usa de manera intensa

3% la usa de manera moderada



- 18 y 34 años
- 35 y 54 años
- + 55 años



MENSAJERÍA

WhatsApp | Telegram
Plataformas de audio y video





WHATSAPP

WhatsApp sigue siendo la aplicación más ubicua en Costa Rica, entre la población adulta con teléfono celular.



Su porcentaje de uso no ha variado prácticamente nada desde 2023. No hay diferencia estadística en el uso de WhatsApp según el lugar de residencia o el género.

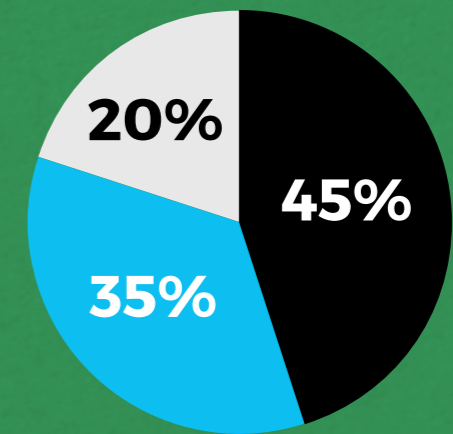
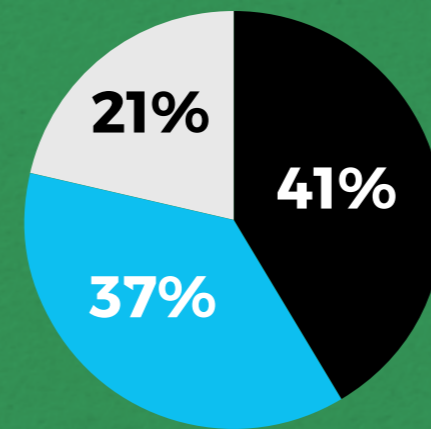


96% de la población la usa



95% la usa de manera intensa

1% la usa de manera moderada



- 18 y 34 años
- 35 y 54 años
- + 55 años



- Universitaria
- Secundaria
- Primaria



TELEGRAM

El uso de Telegram se mantiene estable desde 2023.

A diferencia de WhatsApp, es usado por personas de diferentes características sociodemográficas.



Su uso está marcado por factores muy específicos: la edad (principalmente personas menores de 35 años) y la educación (predominantemente personas con estudios universitarios y secundarios).

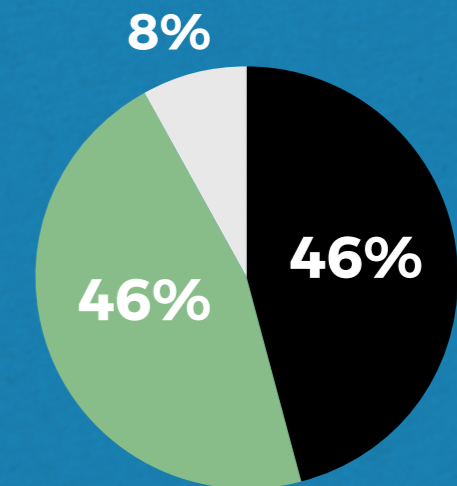
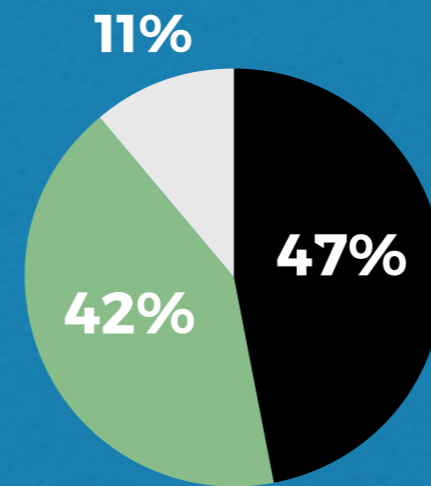


18% de la población la usa



10% la usa de manera intensa

8% la usa de manera moderada



- 18 y 34 años
- 35 y 54 años
- + 55 años



- Universitaria
- Secundaria
- Primaria



PLATAFORMAS DE AUDIO Y VIDEO (como Zoom o Teams)

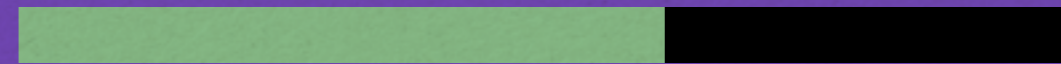
Las personas usuarias son de entre 35 y 54 años y tienen, sobre todo, educación universitaria.



El uso de estas plataformas también está **concentrado principalmente en el Valle Central.**

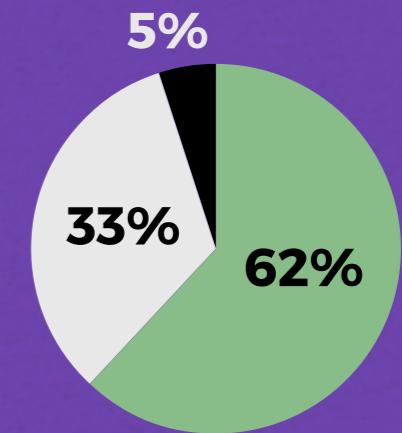
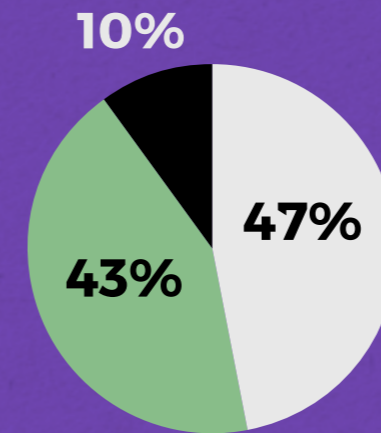


29% de la población las usa



16% las usa de manera intensa

13% las usa de manera moderada



- 18 y 34 años
- 35 y 54 años
- + 55 años



- Universitaria
- Secundaria
- Primaria



79% reside en el Valle Central

21% en las costas



ENTRETE- NIMIENTO

YouTube | Netflix | Disney+ | IPTV | Spotify



YOUTUBE

Sigue siendo la plataforma de entretenimiento más usada en el país.

Además, su uso sigue creciendo paulatinamente desde 2023.



Esta plataforma es utilizada casi con la misma frecuencia por dos grupos etarios: personas menores de 35 y menores de 55.

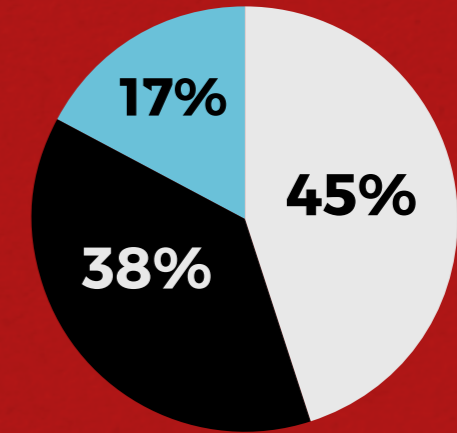
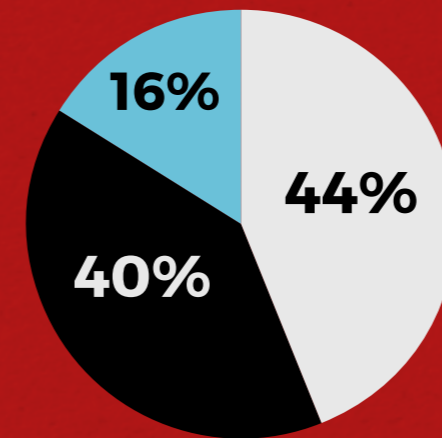


77% de la población la usa



61% la usa de manera intensa

16% la usa de manera moderada



- 18 y 34 años
- 35 y 54 años
- + 55 años



- Universitaria
- Secundaria
- Primaria

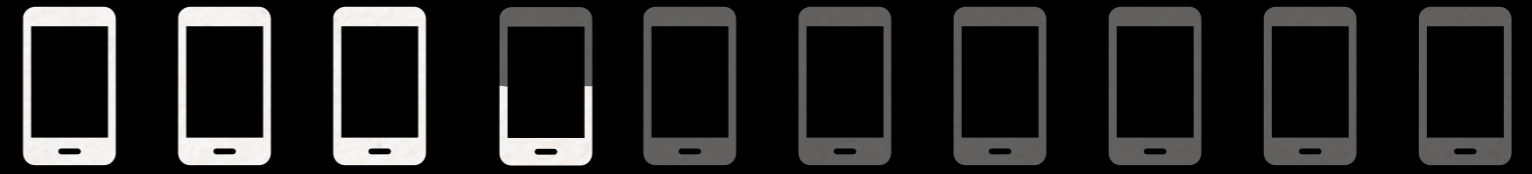


NETFLIX

Su consumo se ha mantenido estable en el país desde 2023. **Continúa liderando el mercado de plataformas de streaming de pago en Costa Rica**, aunque sus principales competidores han acortado ligeramente la distancia.



Aunque más personas han optado por otras plataformas en comparación con años anteriores, **la presencia de Netflix no ha mostrado una disminución.**

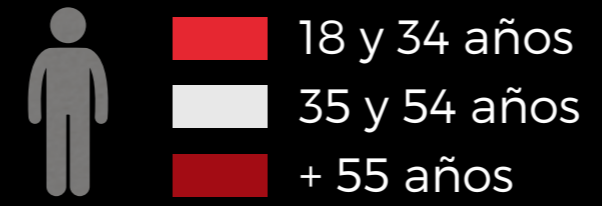
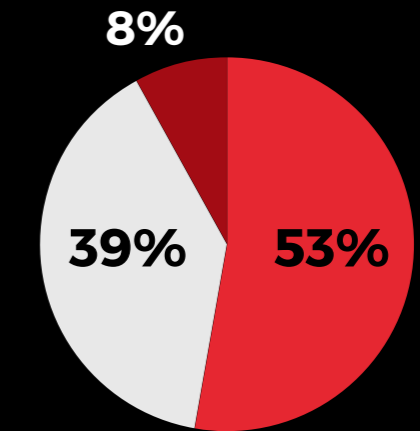
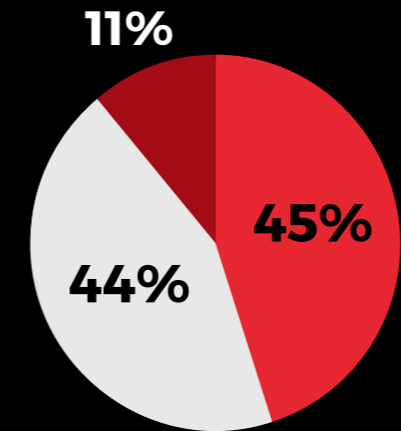


35% de la población la usa



29% la usa de manera intensa

6% la usa de manera moderada



78% reside en el Valle Central

22% en las costas



DISNEY+

En los últimos dos años, ha registrado un crecimiento moderado en Costa Rica.



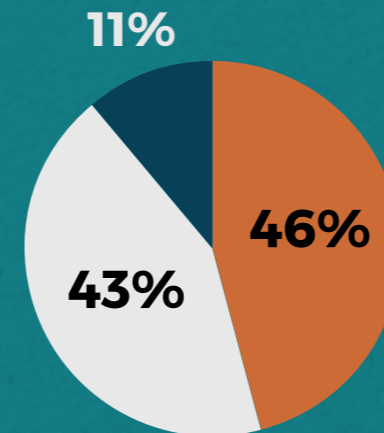
Al igual que otras plataformas de entretenimiento digital, su mayor presencia se observa entre personas con educación universitaria que residen en el Valle Central. Entre la población menor de 55 años, el consumo de estas plataformas se mantiene relativamente homogéneo, pero **disminuye de forma marcada en los grupos de mayor edad.**



15% de la población la usa

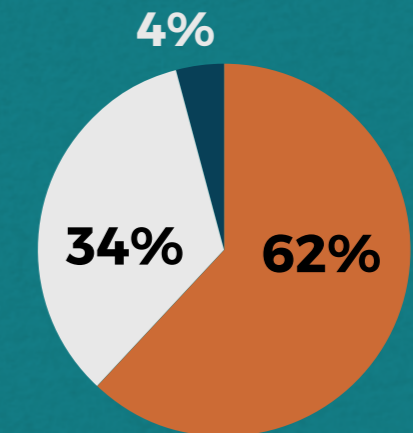


10% la usa de manera intensa



- 18 y 34 años
- 35 y 54 años
- + 55 años

5% la usa de manera moderada



- Universitaria
- Secundaria
- Primaria

84% reside en el Valle Central



16% en las costas



IPTV

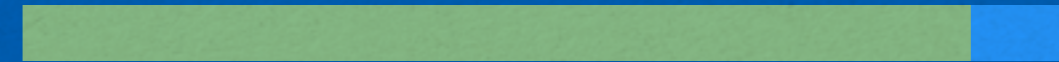
El uso de IPTV en 2025 se caracterizó por dos particularidades.



En primer lugar, **aumentó entre quienes lo usan intensamente en el país desde 2024.** Y, en segundo lugar, **es de las pocas plataformas digitales que es más usada por personas entre 35 y 54 años que entre 18 y 34.**

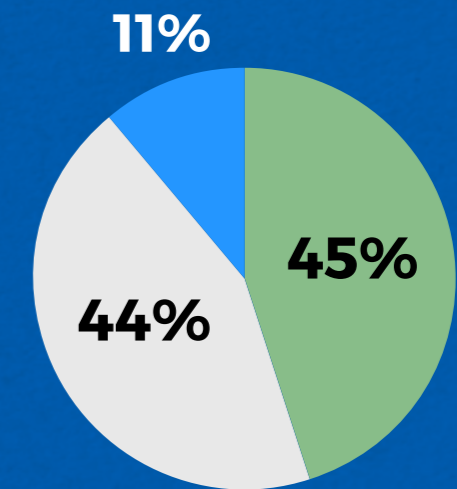
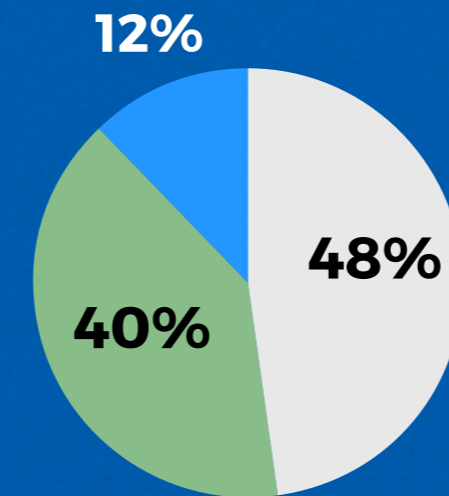


20% de la población la usa



17% la usa de manera intensa

3% la usa de manera moderada 



- 18 y 34 años
- 35 y 54 años
- + 55 años



- Universitaria
- Secundaria
- Primaria



SPOTIFY

El uso de Spotify en Costa Rica se mantuvo relativamente estable en 2025.

Las características de quienes usan esta app no han variado en los últimos dos años: **son predominantemente personas jóvenes (menos de 35 años) con educación universitaria o secundaria**, aunque el grupo de personas entre 35 y 54 años que la usan aumentó ligeramente de 2024 a 2025.



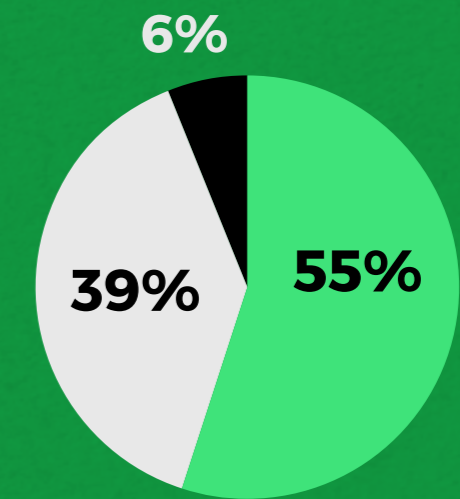
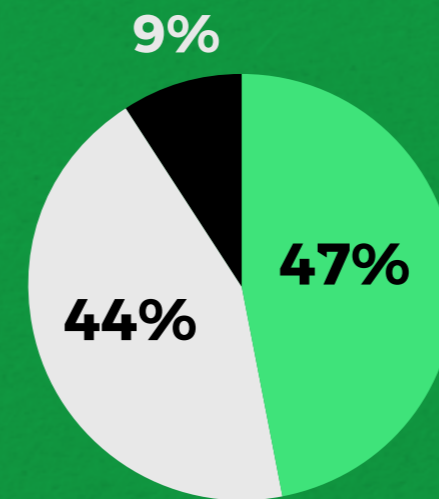
27% de la población la usa



24% la usa de manera intensa



3% la usa de manera moderada



- 18 y 34 años
- 35 y 54 años
- + 55 años



- Universitaria
- Secundaria
- Primaria

CONCLUSIONES

El uso de plataformas digitales en Costa Rica se ha mantenido estable durante los últimos dos años. Prácticamente todas las plataformas son usadas en la misma proporción que en 2024.

Facebook sigue siendo la red social más usada en Costa Rica. La red social de mayor crecimiento en Costa Rica es TikTok, que es utilizada por personas con mayores edades y no solo por las personas más jóvenes de país.

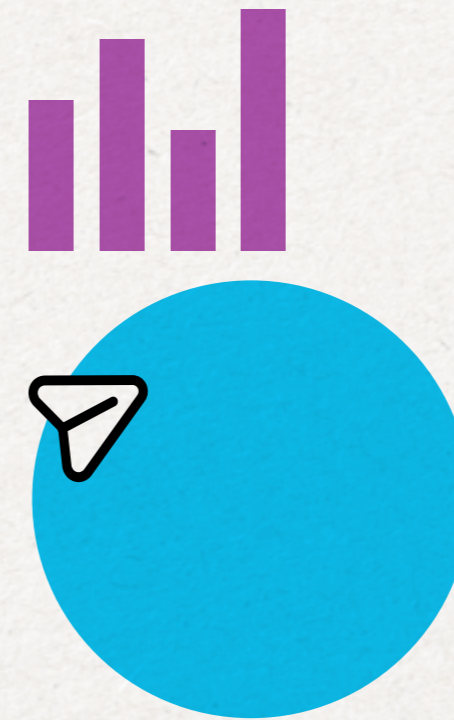
Las dos principales brechas en el uso de plataformas en Costa Rica siguen siendo la edad (su uso disminuye a partir de los 55 años) y el nivel de educación formal (su uso se concentra en las personas de mayor nivel educativo). Estas brechas disminuyen relativamente en el caso de las plataformas más populares (WhatsApp, Facebook y YouTube) pero se aumentan en el caso de plataformas de streaming.

Las plataformas de mensajería son las más usadas por personas sin educación superior. En cambio, el uso de redes sociales y de plataformas de streaming aumenta a mayor grado educativo.



NUESTRAS APPS DE CADA DÍA

Conozca más sobre este proyecto, nuestros programas y trabajo en los siguientes canales:



CICOM

Centro de
**Investigación en
Comunicación**

