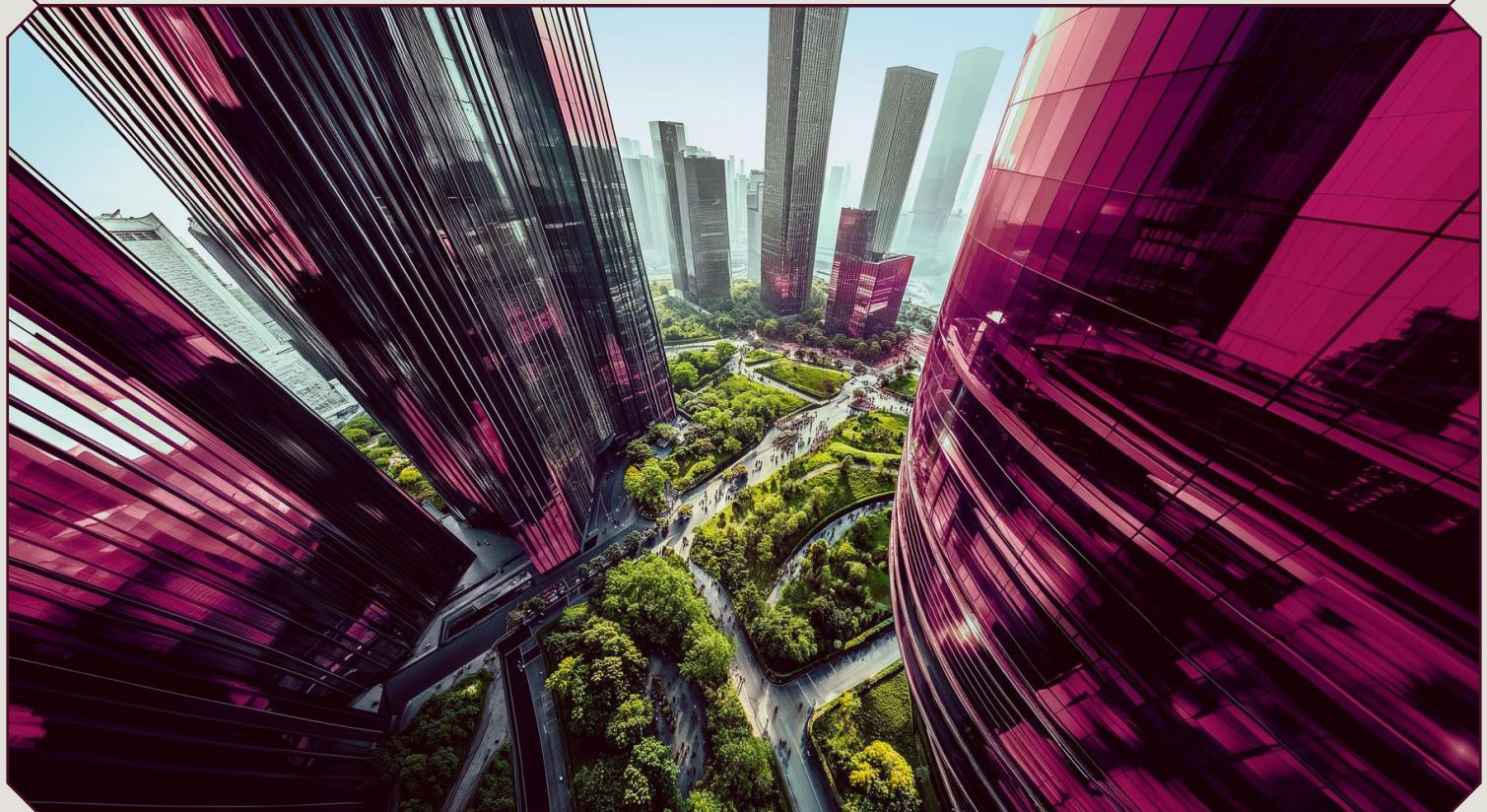


# #BarómetroTelcoColombia

## T2-2025

Informe sobre el sector de las  
telecomunicaciones en Colombia



# Contenido

---

01 Resumen ejecutivo

Ingresos del sector 02

03 Banda ancha móvil

Banda ancha fija 04

05 Portabilidad

Nuestra visión 06

07 Glosario de términos

© 2025 Nae Comunicaciones S.L.  
Las fuentes utilizadas en el informe Barómetro Telco Colombia proceden del MinTIC (Boletín Trimestral del Sector TIC) y de la CRC (Postdata/Dataflash).  
Este documento se publica bajo licencia Creative Commons Atribución – CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-SA 4.0).

# 01 Resumen ejecutivo

## Un mercado que crece

Durante el T2-2025, los ingresos por servicios de banda ancha móvil aumentaron un 10,87 % interanual, mientras que los de banda ancha fija lo hicieron un 15,88 %.

Parte de este crecimiento puede atribuirse al aumento poblacional. Sin embargo, también se observan subidas en los ingresos promedio por cliente. En banda ancha móvil pospago, el ingreso medio alcanzó los 31.976 COP/mes (+7,4 %), y en prepago, los 9.670 COP/mes (+5,7 %). En banda ancha fija, el ingreso medio creció un 7,24 % hasta los 74.809 COP/mes.

Este dinamismo, influido también por la inflación en la región, no ha venido acompañado de una estabilización del mercado. Pese a ser una industria basada en la infraestructura, las dinámicas competitivas siguen mostrando signos de tensión.

## Cambios en el horizonte

El 14 de noviembre de 2025, la Superintendencia de Industria y Comercio (SI) autorizó, con condiciones, la adquisición de Movistar Colombia por parte de Millicom International Cellular S.A., lo que supone la fusión de los operadores segundo y tercero del mercado.

Meses antes, WOM acordó con el Gobierno de Colombia su salida del proceso de reorganización empresarial en el que se encontraba. Por otro lado, Telecall, adjudicatario de espectro 5G en 2023, no llegó a iniciar operaciones.

Pese a este contexto cambiante, las métricas estructurales del sector se mantienen estables.

Con 27 M de usuarios, el prepago sigue siendo la modalidad más extendida de acceso móvil. Claro lidera con 17 M de clientes, seguido de Tigo, con casi 5 M, y Movistar, que supera los 3 M de usuarios. Los principales operadores muestran variaciones interanuales moderadas, con crecimientos del 4 % en el caso de Claro y Tigo.

El segmento pospago (o suscripción) alcanza los 21,73 M de usuarios. Claro encabeza con 10,86 M, seguido de Movistar con 5,31 M. En este caso, Tigo lidera el crecimiento interanual (+11 %), seguido por Claro (+9 %). WOM, que llegó a duplicar su base de clientes en algunos trimestres, muestra ahora descensos del 12 % en prepago y del 22 % en suscripción. En el ámbito de los OMV, Móvil Éxito (442 K) supera por primera vez a Virgin Mobile (397 K).

El acceso fijo a internet alcanza los 9,7 M de hogares (+8 % interanual). Claro lidera con 3,4 M de conexiones. El grupo “Otras”, cada vez más relevante, se consolida como el segundo actor del mercado con 2,37 M de hogares conectados. Este grupo presenta una gran atomización: los operadores más destacados son HV Televisión (130 K hogares) y Celsia Colombia (120 K).

## Conectando al no tan bien conectado

La brecha de consumo entre modalidades móviles se mantiene. Los clientes pospago consumen en promedio 17,7 GB/mes, frente a los 7,1 GB/mes de prepago.

Entre operadores, las diferencias también son notables. En prepago, un cliente promedio de Movistar consume 9,84 GB/mes; en Claro, 6,57 GB/mes. En pospago, los usuarios de WOM alcanzan los 27,29 GB/mes, frente a los 13,69 GB/mes de Movistar.

Las estrategias comerciales reflejan esta segmentación. Claro y Tigo presentan ratios superiores a 1 en la relación prepago/pospago (1,57 y 1,20, respectivamente), mientras que en Movistar y WOM el ratio ronda el 0,6.

En el acceso fijo, la tecnología FTTH supera los 5 M de hogares conectados. Claro ha iniciado su migración hacia esta red y ya suma 920 K conexiones. Pero la implantación de la fibra en el país también tiene un claro componente socioeconómico. En los estratos inferiores, el grupo “Otras” lidera en número de hogares conectados a fibra: 760 K en estrato 1 y 890 K en estrato 2. En los estratos altos, Movistar, y recientemente también Claro, impulsan el crecimiento mediante migración tecnológica.

## Monetizando el tráfico

El tráfico de banda ancha móvil creció un 4 % en el T1-2025 y un 7 % en el T2, las cifras más bajas de la serie histórica. Este comportamiento contrasta con mercados como el español, donde la expansión sigue siendo mayor.

Pese a ello, los operadores logran monetizar el tráfico, aunque con márgenes dispares: esta magnitud crece un 13 % interanual para Movistar y cae un 9 % en el caso de WOM. En términos absolutos, el ingreso por cliente de Tigo en prepago alcanza los 13.290 COP/mes, frente a los 2.572 COP/mes de Movistar.

En suscripción, Claro genera 37.624 COP/mes, por encima de los 23.695 COP/mes de Movistar.

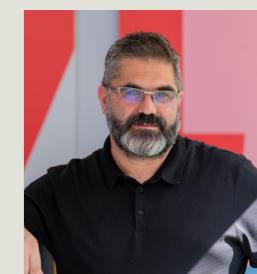
En términos unitarios, el mercado se sitúa en torno a los 1.600 COP/GB en prepago y 1.700 COP/GB en pospago, con picos como los 1.945 COP/GB que alcanza Claro.

En banda ancha fija, también hay disparidad: un cliente de ETB genera 90.377 COP/mes, mientras que uno de Claro aporta 43.318 COP/mes, en una tendencia vinculada al despliegue de redes FTTH.

## Retención, el gran reto del mercado

El churn por portabilidad es uno de los indicadores con mayor dispersión: Claro registra un 3,7 % mensual, mientras que para WOM esa cifra debe cuadruplicarse.

En efecto, WOM enfrenta una caída significativa en su desempeño de captación y retención: la portabilidad neta se reduce en 110 K líneas y la captación neta total cae en 198 K clientes en el T2-2025.



Joaquín Guerrero García  
Director de Nae  
joaquin.guerrero@nae.global

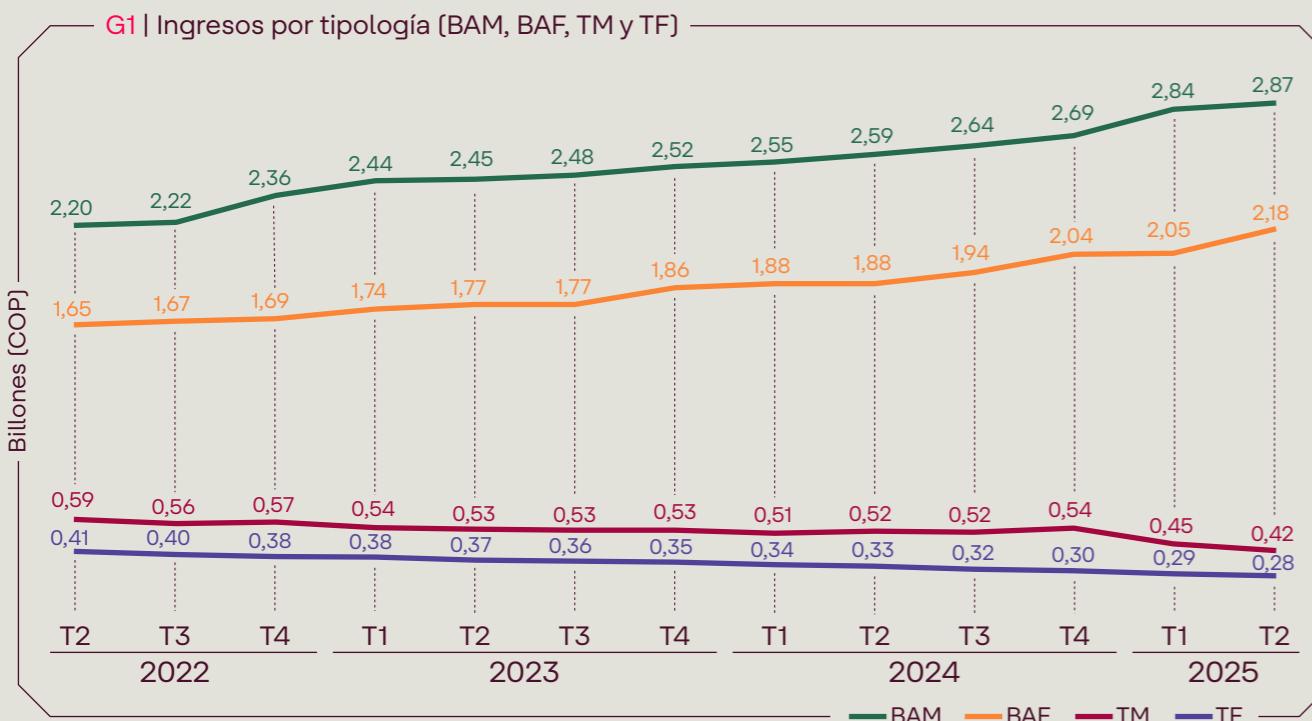
## 02 Ingresos del sector

Más de 14 trimestres de crecimiento sostenido en ingresos por conectividad

Los ingresos por banda ancha móvil (BAM) **mantiene una trayectoria ascendente**, con un crecimiento interanual del 11 % a cierre del primer semestre de 2025.

Los ingresos por banda ancha fija (BAF) **también crecen**, con un avance del 16 % en el mismo periodo.

Con más de 14 trimestres consecutivos de crecimiento, **ambos servicios consolidan una tendencia positiva** sin mostrar señales de estacionalidad.



## 03 Banda ancha móvil

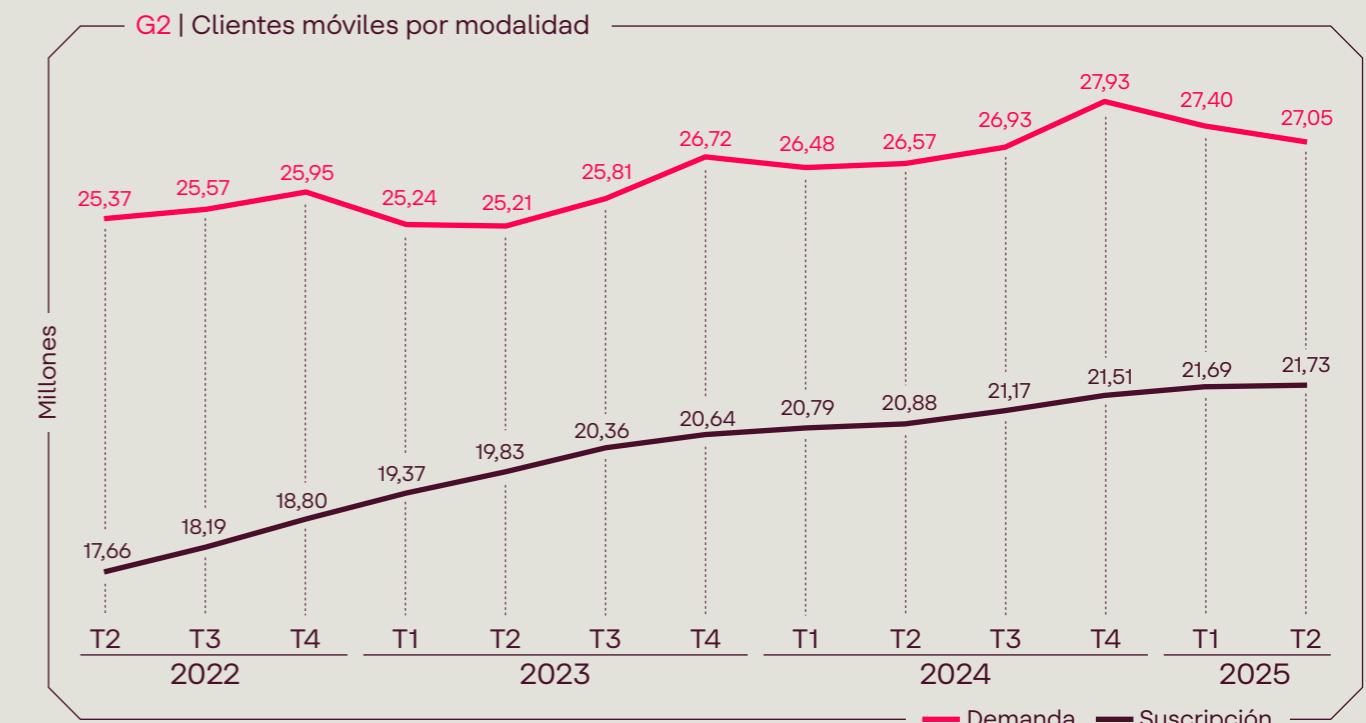
El modelo prepago mantiene su liderazgo con más de 27 M de usuarios

Con 27,05 M de clientes, la modalidad “a demanda” (prepago) **sigue siendo la principal vía de acceso móvil a internet** en Colombia.

Este formato continúa superando en volumen al modelo por suscripción (postpago), que alcanza los 21,73 M de usuarios a cierre del T2-2025.

A diferencia del postpago, **el prepago muestra un comportamiento estacional**, especialmente en los trimestres finales de cada año.

Sin embargo, la diferencia entre ambas curvas se mantiene estable, lo que sugiere que la brecha entre prepago y postpago **no tiende a cerrarse en el corto plazo**.



### Distribución porcentual por modalidad de acceso móvil

En el T2-2025, la distribución entre modalidades se mantiene estable: el 55 % de los accesos móviles corresponden a prepago y el 45 % a suscripción. Esta proporción refleja la continuidad del modelo prepago como principal vía de acceso móvil en el país.

**T2-2024**  
56 %  
Prepago  
44 %  
Suscripción

**T2-2025**  
55 %  
Prepago  
45 %  
Suscripción

## El prepago se ajusta tras varios trimestres de crecimiento

Claro alcanza los 17,07 M de usuarios en banda ancha móvil prepago, lo que lo sitúa como **el operador con mayor base** en esta modalidad.

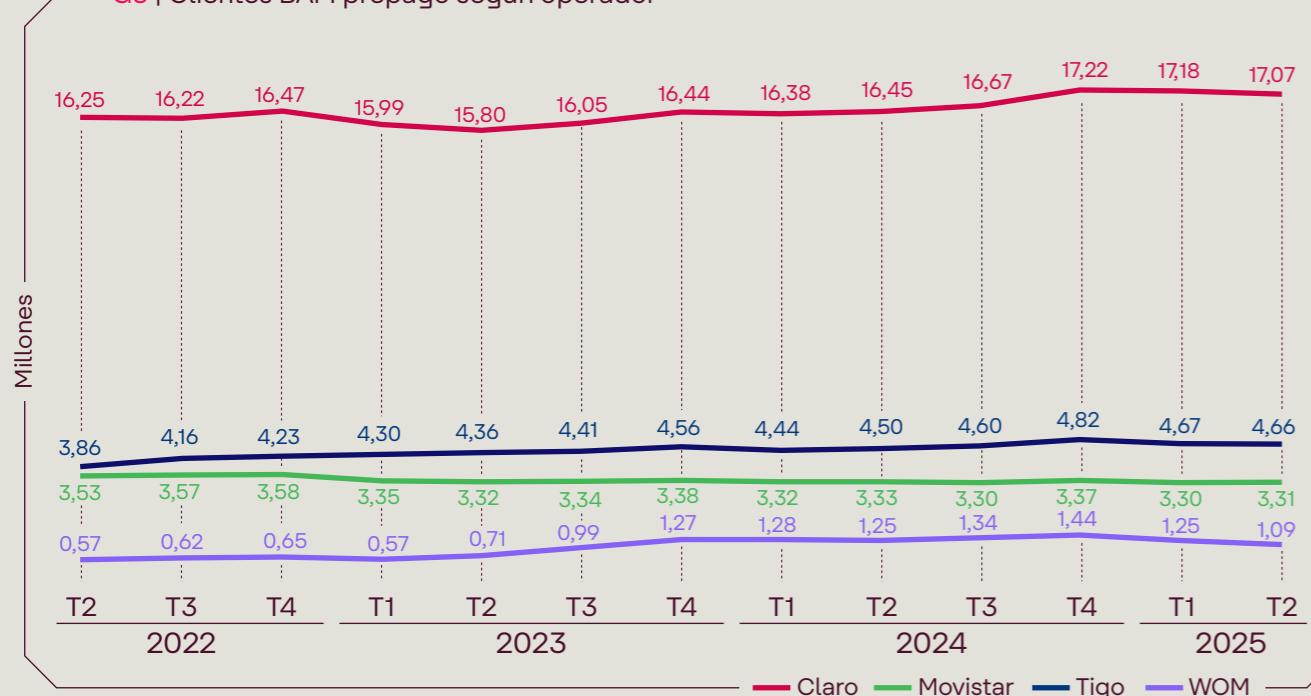
Por su parte, Movistar y Tigo suman cerca de 8 M de usuarios prepago de forma combinada, en un contexto marcado **por una posible consolidación**.

El crecimiento interanual de usuarios en este segmento **alcanzó su punto máximo en el T1-2024**, pero desde entonces se observa una tendencia a la baja.

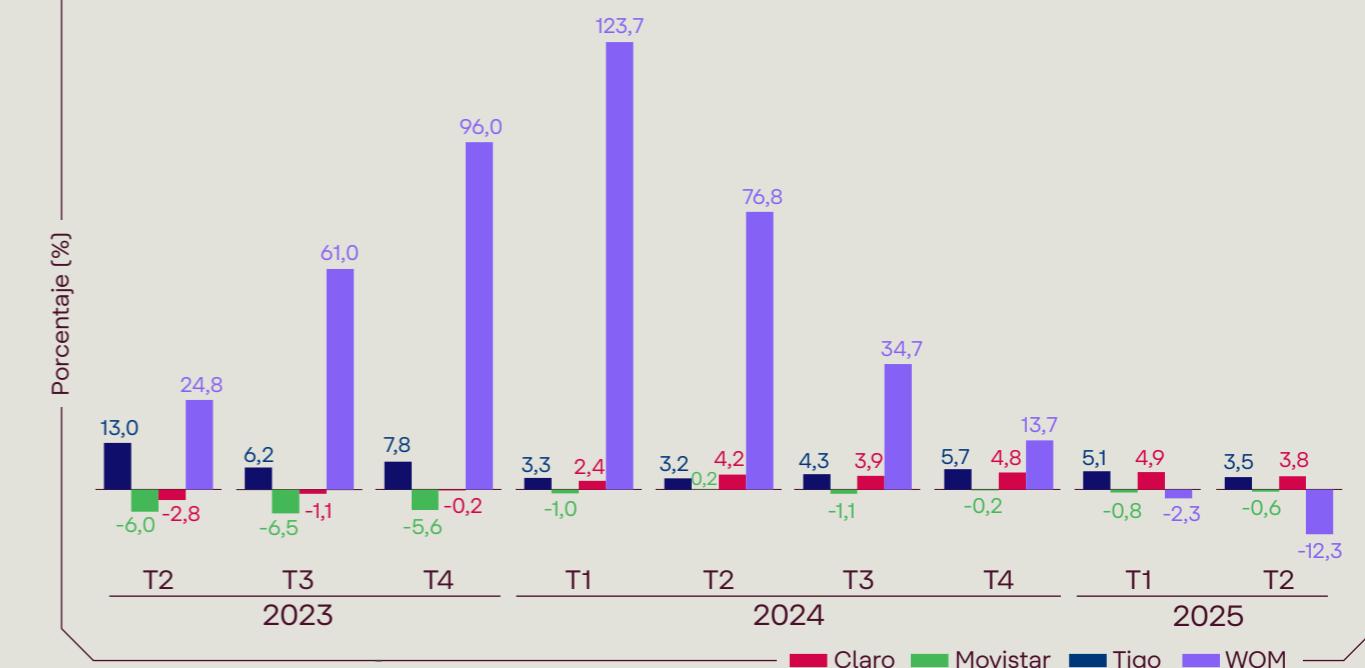
En el T2-2025, operadores como Tigo y Claro registran variaciones positivas alrededor del 4 %, **lo que refleja enfoques diferenciados** en la gestión de este segmento.

WOM, por su parte, mantiene una base prepago que ronda el millón de usuarios, **con una evolución estable a lo largo de los últimos trimestres** tras el crecimiento observado en 2023.

G3 | Clientes BAM prepago según operador



G4 | Crecimiento interanual de clientes BAM por operador



## Ajustes moderados en la cuota prepago por operador

La estructura del mercado BAM prepago se mantiene estable respecto al mismo periodo del año anterior, con variaciones mínimas entre operadores. Claro registra un ligero avan-

ce interanual, mientras que Movistar y WOM muestran ajustes a la baja. Tigo y el grupo “Otros” mantienen prácticamente su nivel de participación.

	Claro	Movistar	Tigo	WOM	Otros
T2-2024	62 %	13 %	17 %	5 %	4 %
T2-2025	63 %	12 %	17 %	4 %	4 %

## Señales mixtas entre consolidación y ajuste en pospago

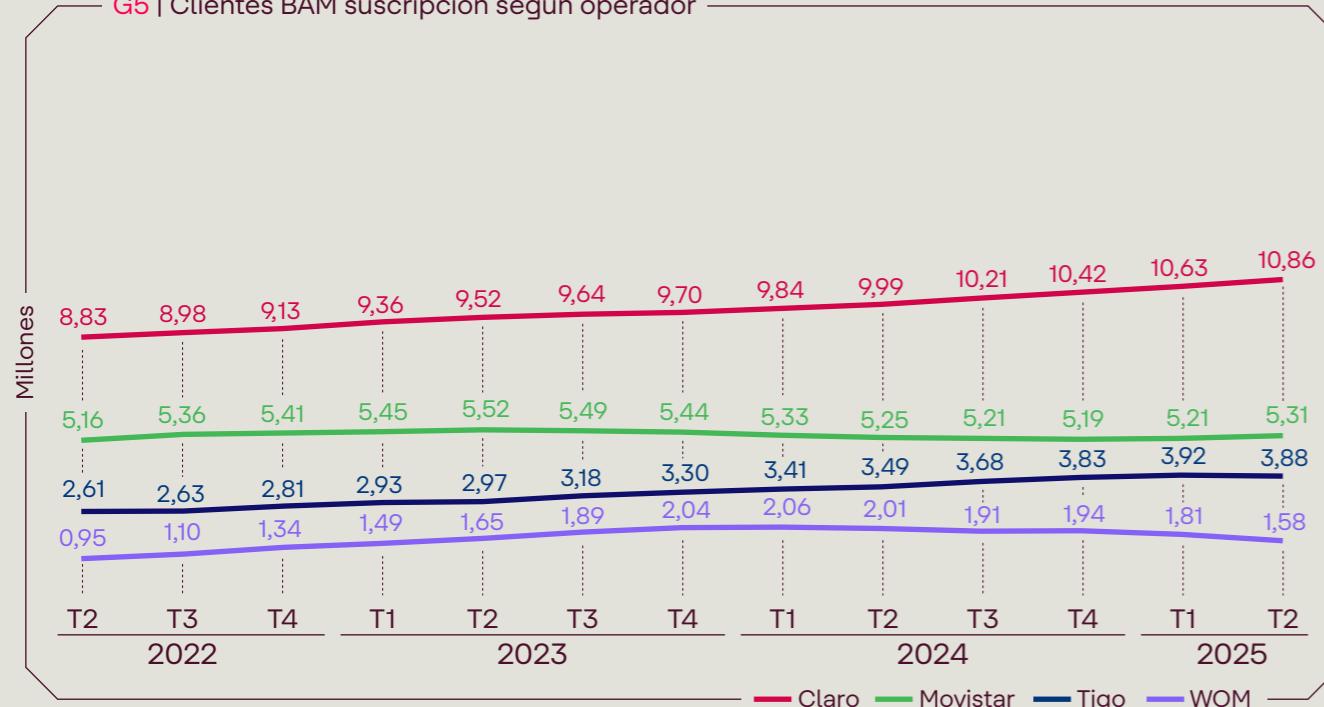
En la modalidad de banda ancha móvil por suscripción, Claro lidera con 10,86 M de usuarios, seguido por Tigo y Movistar, que sumarían 9,19 M en conjunto si se concreta la fusión anunciada.

**El total del segmento alcanza los 21,7 M de usuarios** a cierre del T2-2025.

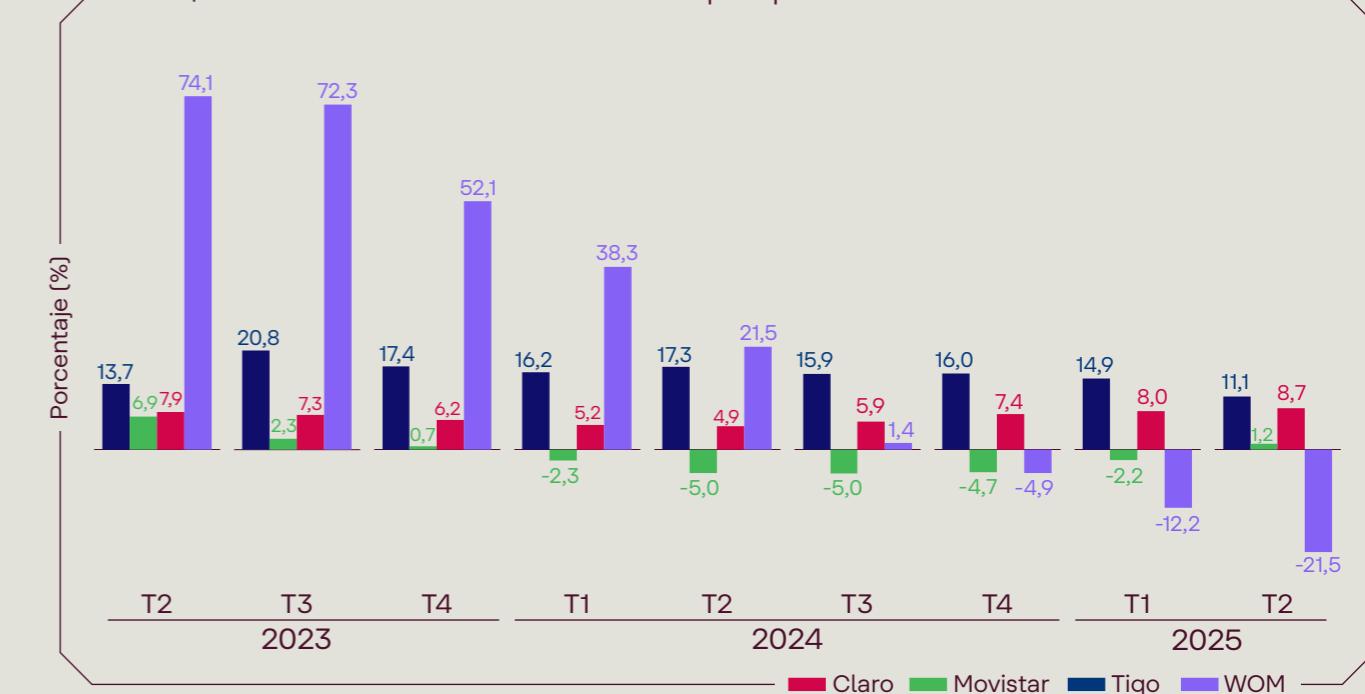
Las dinámicas entre operadores son diversas. WOM muestra una caída interanual del 22 %, iniciada ya en el T2-2023, mientras que Movistar, tras algunos trimestres de ajuste, presenta una ligera recuperación en el último periodo.

Estas diferencias reflejan **distintos momentos de evolución comercial** y apuntan a un mercado pospago que aún conserva margen para crecer.

G5 | Clientes BAM suscripción según operador



G6 | Crecimiento interanual de clientes BAM por operador



## Ajustes suaves en la cuota pospago por operador

La distribución del mercado pospago se mantiene estable en comparación con el mismo periodo del año anterior, con variaciones moderadas entre operadores. Claro fortalece ligeramente su posición, mientras que Movis-

tar conserva un nivel similar de participación. Tigo muestra un avance leve, y WOM registra un ajuste a la baja. El grupo “Otros” reduce de forma marginal su presencia en el segmento.

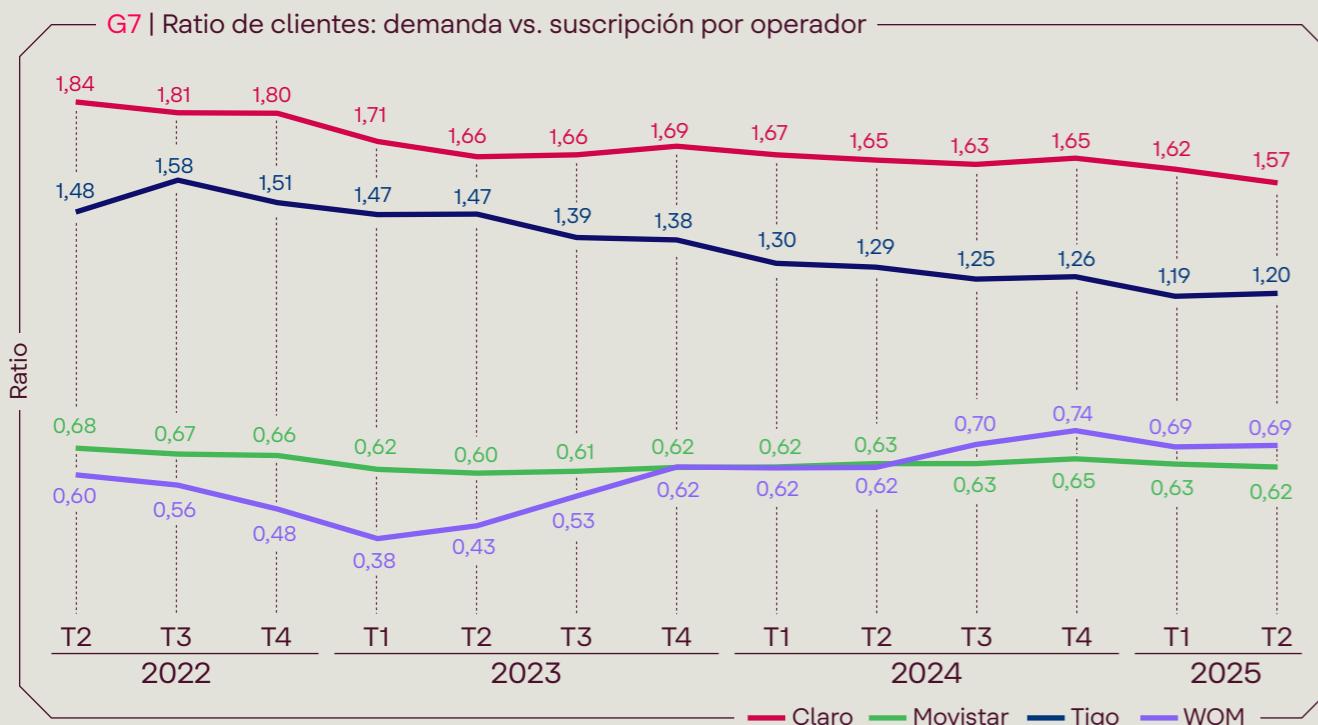
	Claro	Movistar	Tigo	WOM	Otros
T2-2024	48 %	25 %	17 %	10 %	0,74 %
T2-2025	50 %	24 %	18 %	7 %	0,53 %

## Modelos comerciales diferenciados entre operadores

El mercado colombiano presenta **una segmentación** entre operadores con mayor peso en clientes prepago y aquellos con una base más orientada al pospago.

Claro y Tigo cuentan con 1,57 y 1,20 clientes prepago por cada uno de suscripción, respectivamente, lo que indica **una mayor concentración en el modelo por demanda**.

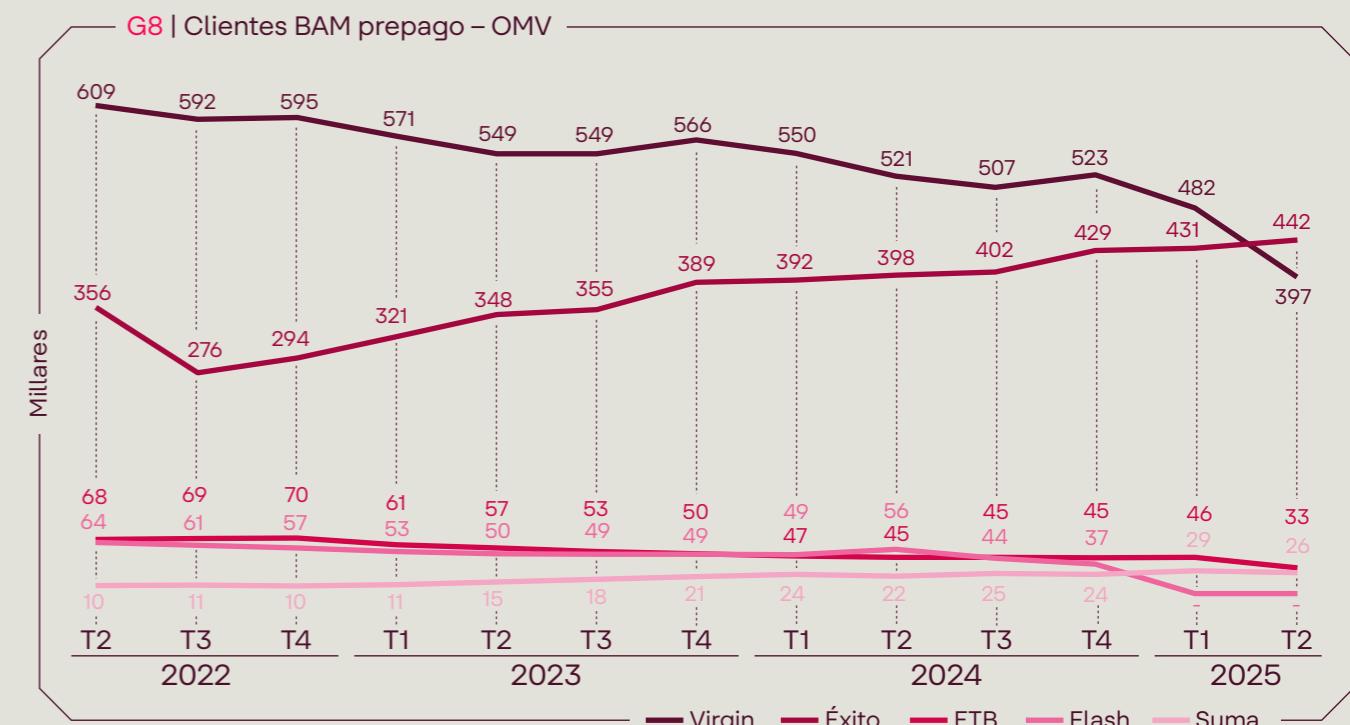
Estas diferencias estructurales **se han mantenido relativamente estables en los últimos trimestres**, y reflejan enfoques diferenciados en la configuración de sus bases de clientes.



## Participación reducida de los OMV con ligeros ajustes

La participación de los Operadores Móviles Virtuales (OMV) en el segmento prepago **sigue siendo limitada**, con una base de usuarios inferior a 1 M de clientes.

Los datos muestran una lenta sustitución de Virgin Mobile por parte de Móvil Éxito, aunque **la evolución se mantiene gradual y sin grandes variaciones** en el conjunto del segmento.



## Suscripción y prepago siguen caminos distintos

El consumo medio mensual de datos móviles por cliente **varía significativamente según la modalidad de acceso**.

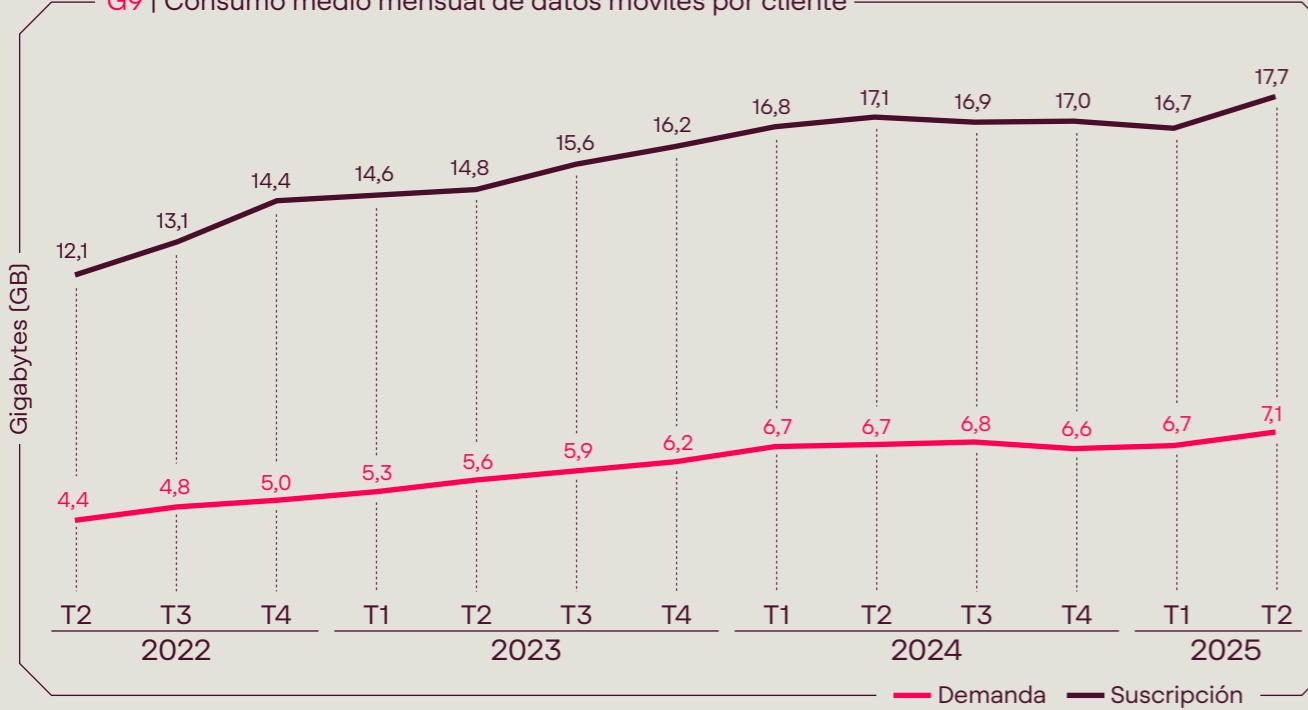
En el T2-2025, los usuarios por suscripción consumen en promedio 17,7 GB/mes, frente a los 7,1 GB/mes de los clientes prepago.

Esta **diferencia de más de 10 GB mensuales** refleja patrones de uso diferenciados entre ambas modalidades.

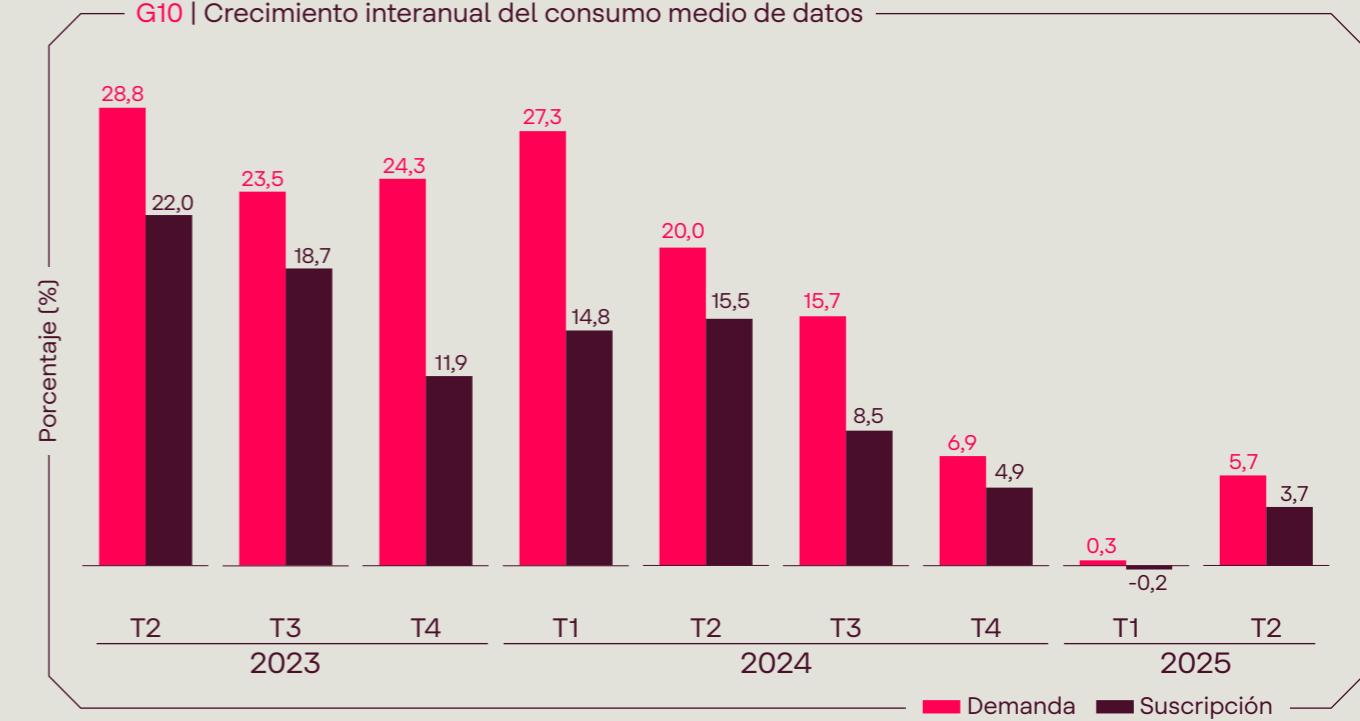
En términos de evolución, **los datos confirman una desaceleración general en el crecimiento** del consumo por cliente, en línea con tendencias observadas a nivel global.

No obstante, los valores del T2-2025 (5,7 % para suscripción y 3,7 % para prepago) **muestran una ligera recuperación** frente al estancamiento observado en el trimestre anterior.

G9 | Consumo medio mensual de datos móviles por cliente



G10 | Crecimiento interanual del consumo medio de datos



## Distribución del consumo total de datos por modalidad

La distribución del tráfico móvil se mantiene prácticamente inalterada respecto al año anterior: la modalidad por suscripción concentra de forma consistente la mayor parte del consumo, mientras que el prepago aporta una proporción menor y estable en el tiempo.

Esta continuidad refuerza la existencia de patrones de uso diferenciados entre ambas modalidades.

T2-2024  
33 %  
Prepago  
67 %  
Suscripción

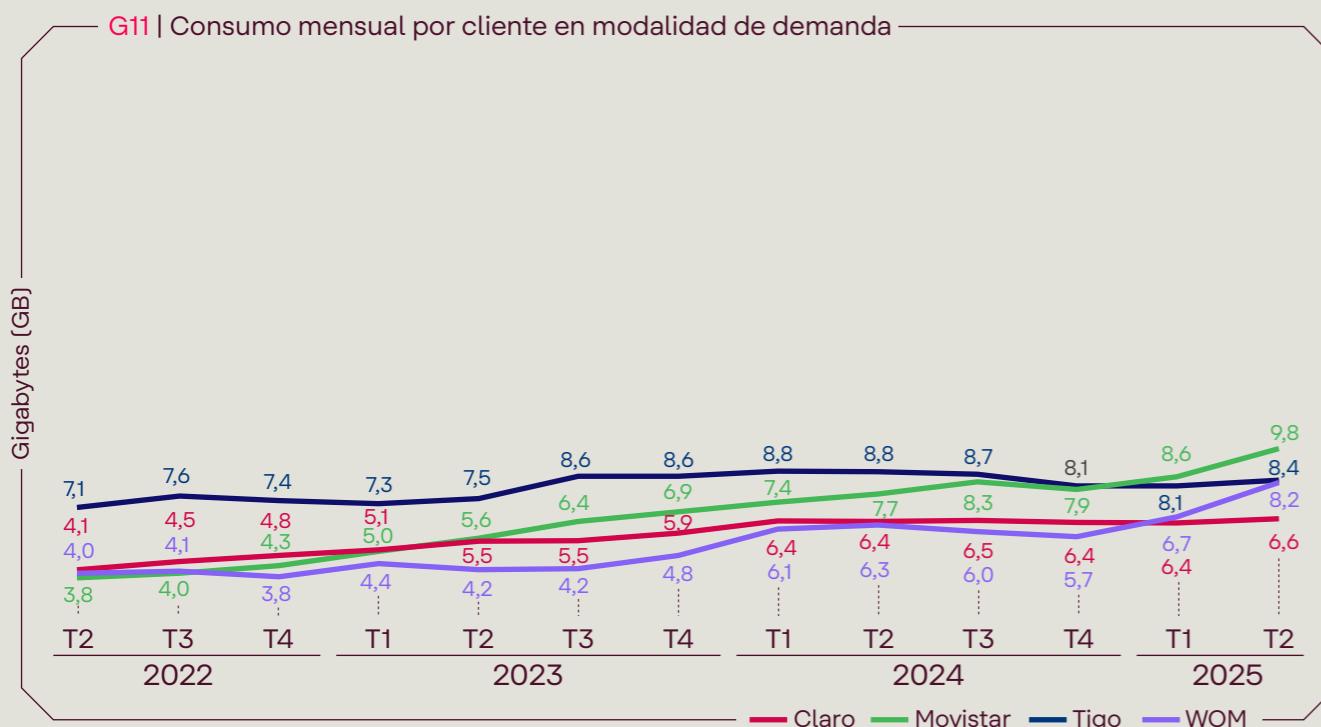
T2-2025  
33 %  
Prepago  
67 %  
Suscripción

## Más usuarios, menos consumo en prepago

En la modalidad de prepago, la mayoría de los usuarios pertenecen a Claro, que registra el consumo promedio más bajo entre los operadores: 6,6 GB/mes.

En el otro extremo, Movistar (con una base prepago más reducida) alcanza un promedio de 9,8 GB/mes, lo que representa la cifra más alta entre los principales actores del mercado.

Estas diferencias apuntan a **patrones de uso diversos**, incluso dentro de la misma modalidad de acceso.

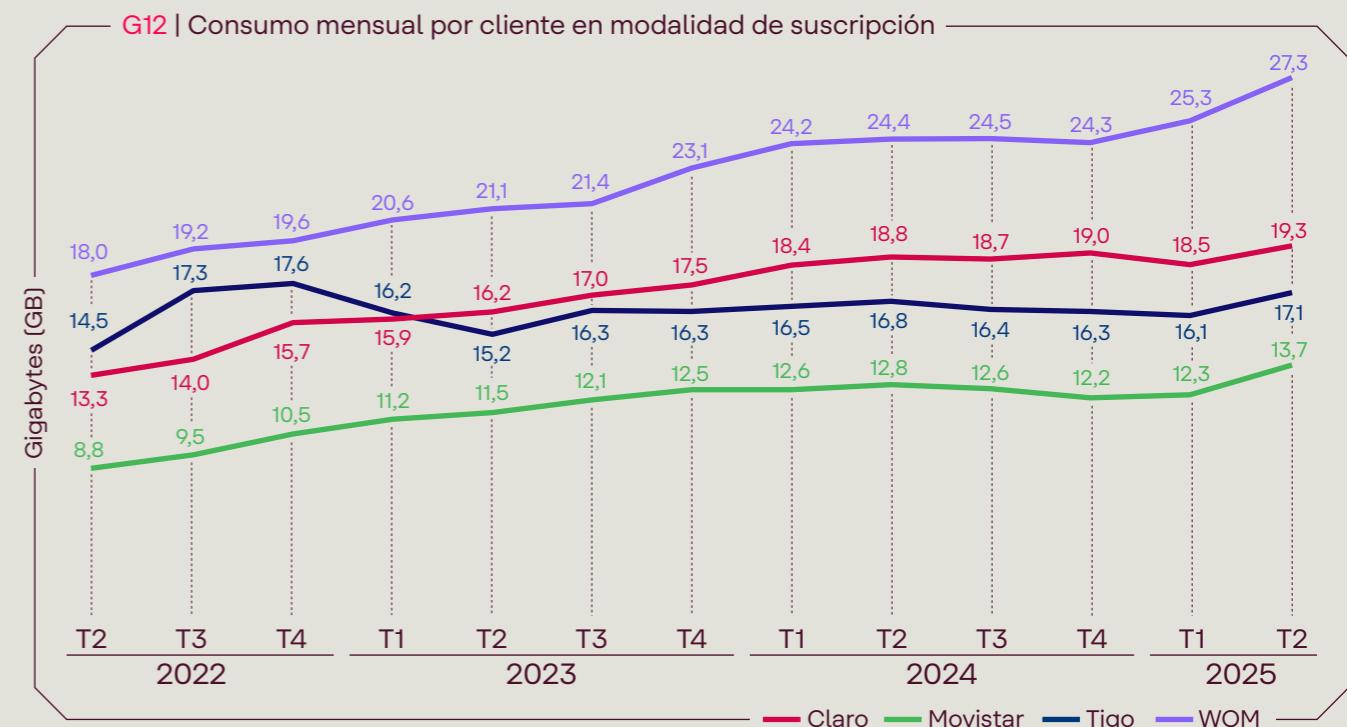


## Más tráfico donde menos se espera en pospago

En pospago, el mayor consumo medio de datos lo registran los usuarios de WOM, con 27,3 GB/mes, una cifra notablemente alta.

Les siguen los usuarios de Claro, que también presentan un volumen elevado de tráfico mensual.

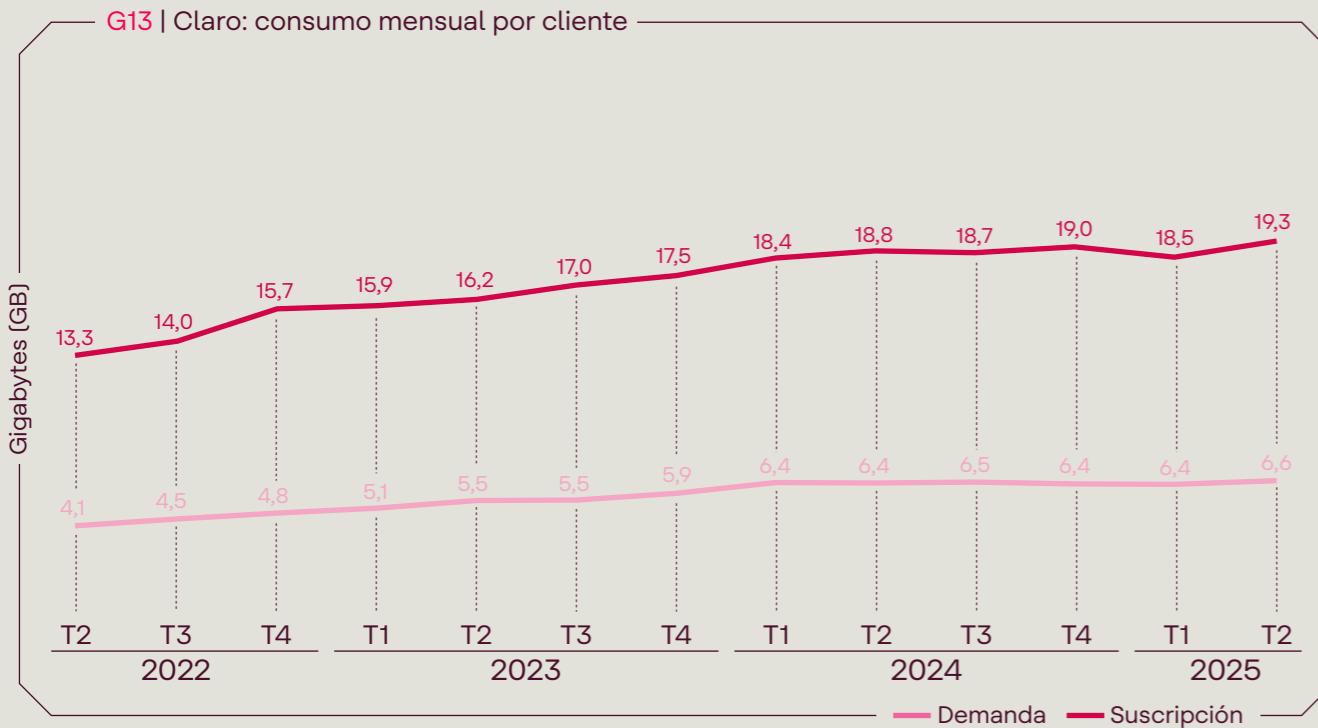
Estos datos reflejan **diferencias en los hábitos de uso y en el tipo de oferta contratada** por los clientes en suscripción.



## Una brecha de datos que varía según el operador

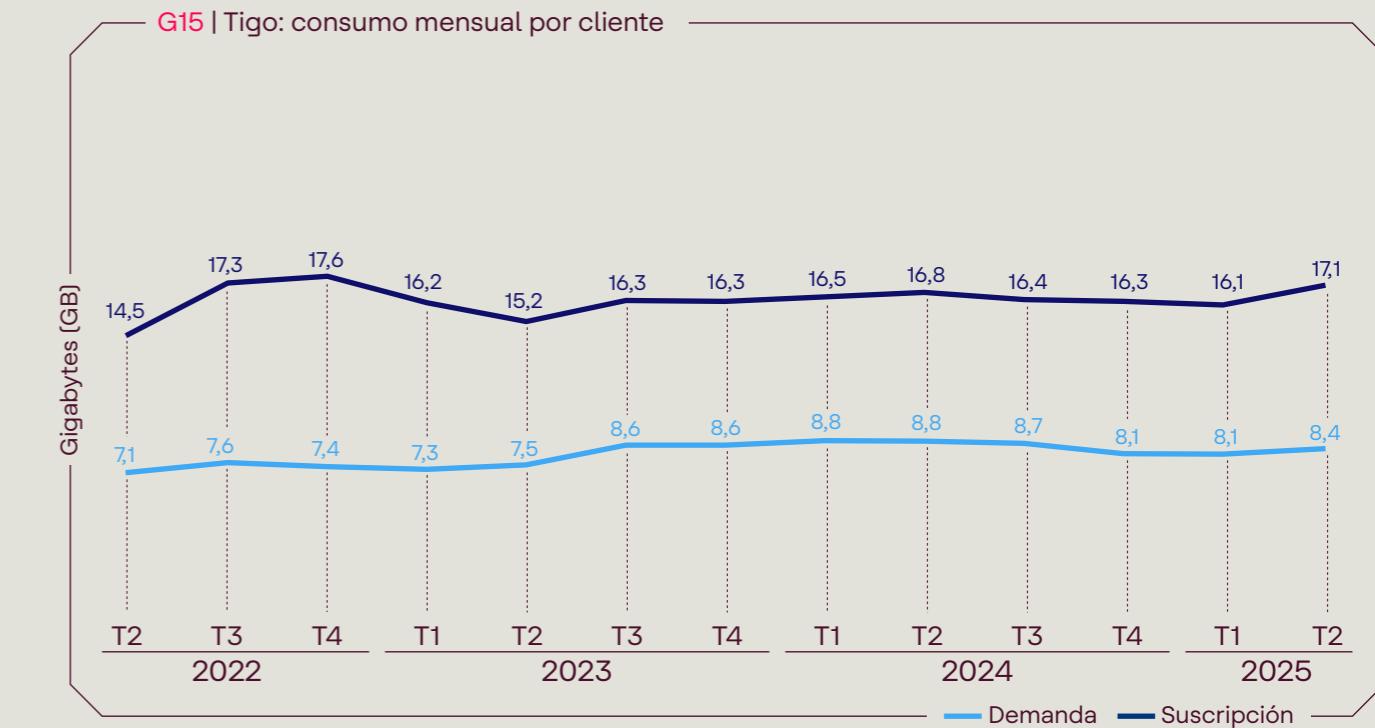
Las diferencias de consumo entre clientes prepago y pospago se manifiestan **de forma distinta según el operador**.

WOM presenta la mayor distancia entre ambas modalidades, con **casi 20 GB/mes** de



diferencia entre sus usuarios de suscripción y los de demanda.

En el otro extremo, Movistar muestra una brecha más reducida, de **aproximadamente 4 GB/mes**, aunque sigue siendo significativa.



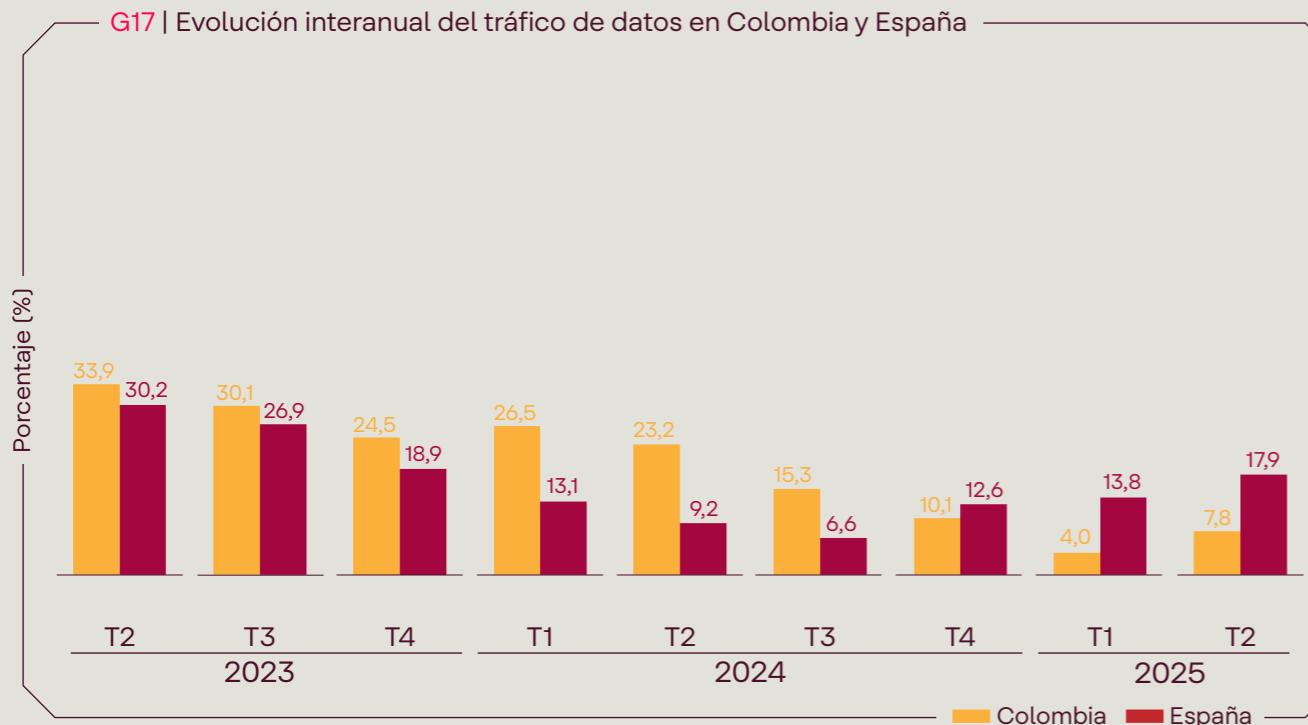
## Una curva que se aplana

Aunque el número de personas conectadas sigue en aumento, el volumen de datos cursados por la red móvil **crece a un ritmo más lento**.

El crecimiento del tráfico de datos móviles en Colombia mantiene **una tendencia de des-aceleración progresiva**, en línea con lo observado en otros mercados. Esta ralentización ocurre **a pesar del aumento sostenido en la base de usuarios** conectados.

En el T2-2025, **el tráfico crece un 7,8 % interanual**, una cifra positiva pero inferior a la registrada en mercados más maduros en cuanto al número de clientes, como España.

La evolución futura podría verse influida por la **adopción progresiva de tecnologías como el 5G**, cuyo impacto aún está por medirse en términos de consumo.



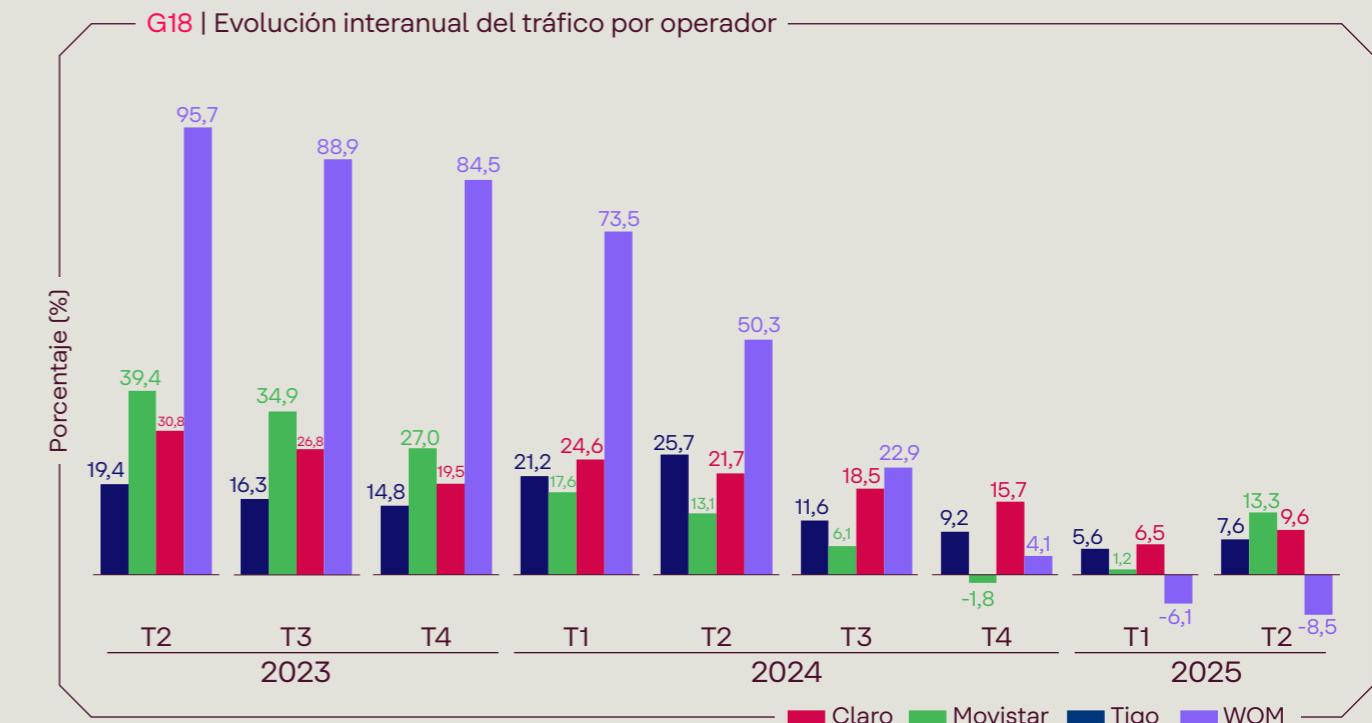
(G17) España: Origen de datos: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC Data).

## El tráfico cambia de ritmo

La evolución interanual del tráfico refleja **comportamientos diversos** entre operadores.

WOM registra un descenso del 8,5 % interanual en tráfico móvil, tras haber alcanzado **valores especialmente altos** a principios de 2023.

En paralelo, Claro **mantiene un crecimiento interanual moderado**, situado entre el 6 % y el 10 % en los últimos trimestres, alcanzando un 9,6 % en el T2-2025.

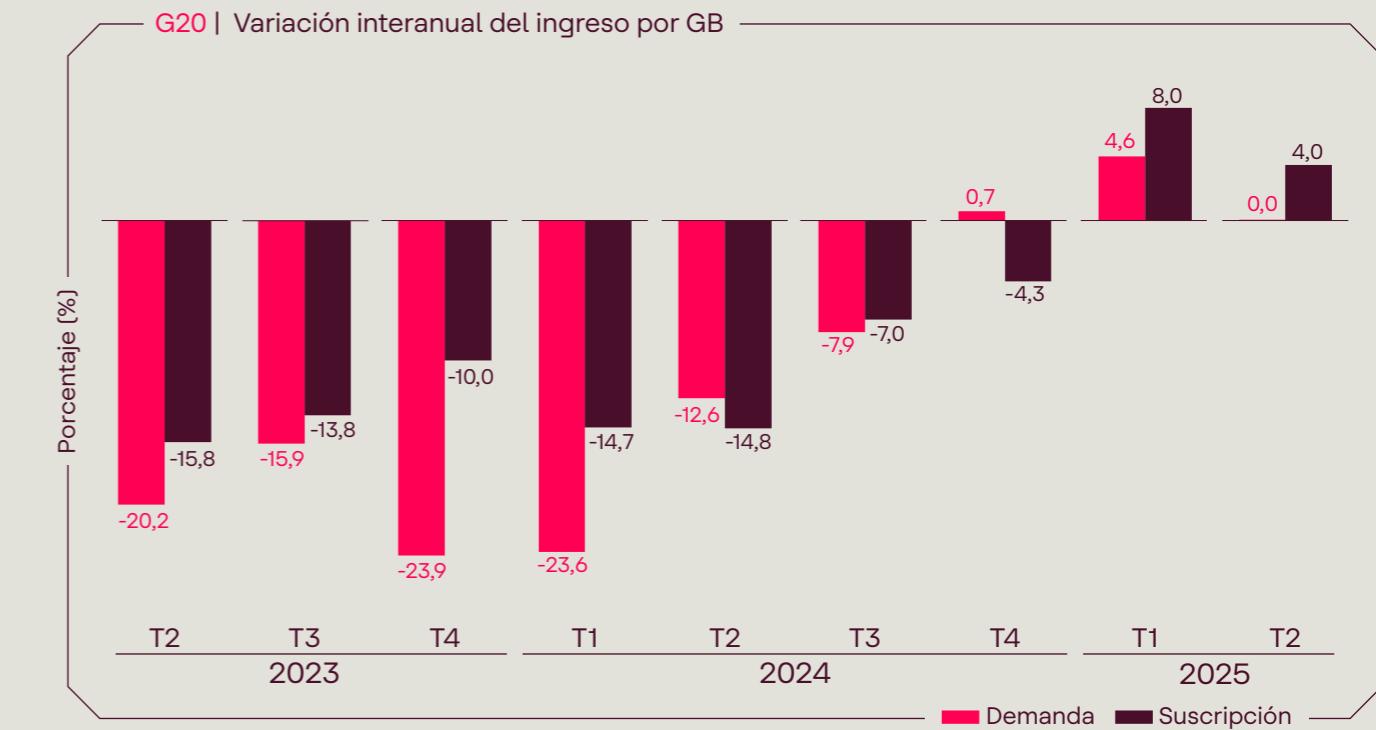
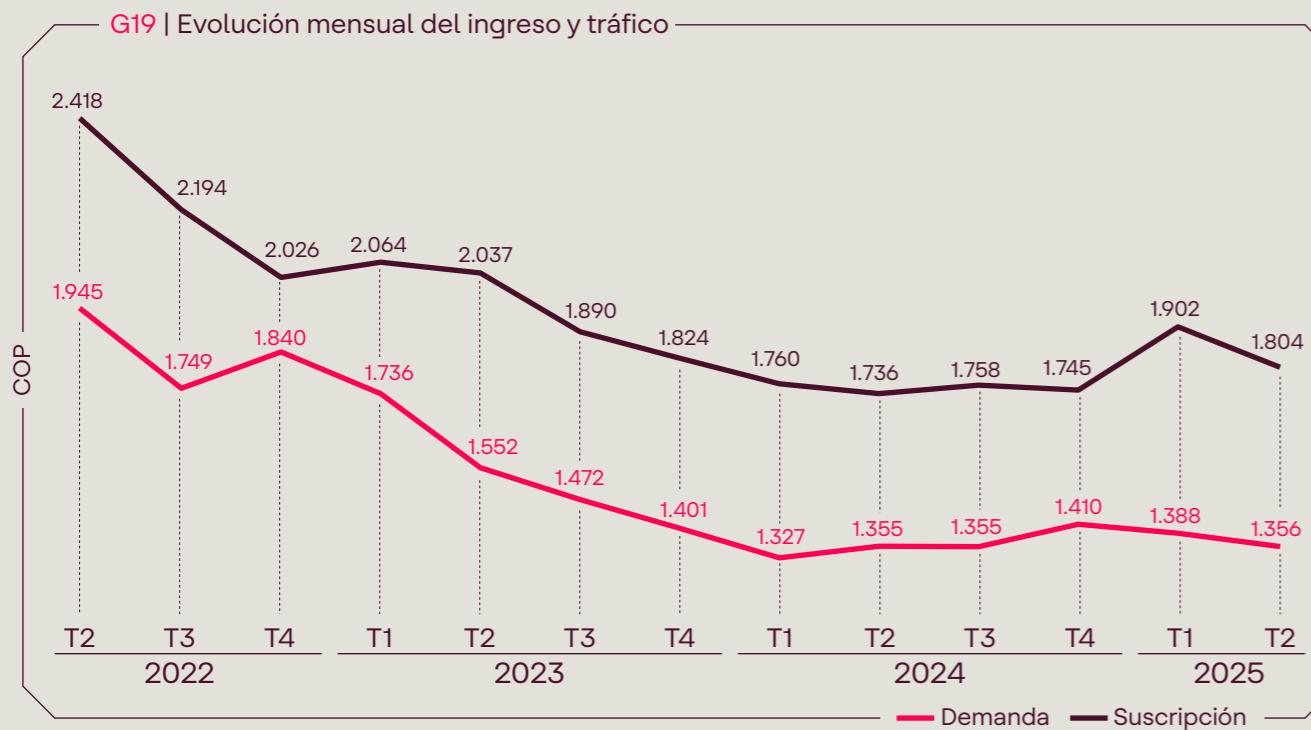


## Cuando más datos no significa menor precio

En el T2-2025, el ingreso promedio por GB cursado es de 1.356 COP/mes para los clientes de demanda y de 1.804 COP/mes para los de suscripción.

Esta diferencia se mantiene en el tiempo y **refleja una lógica particular del mercado colombiano**, donde el mayor consumo no implica un menor precio por unidad.

Además, los precios unitarios muestran **una tendencia creciente característica** del mercado colombiano: el ingreso por GB cursado en modalidad pospago crece un 4 % interanual, consolidando un comportamiento sostenido al alza.



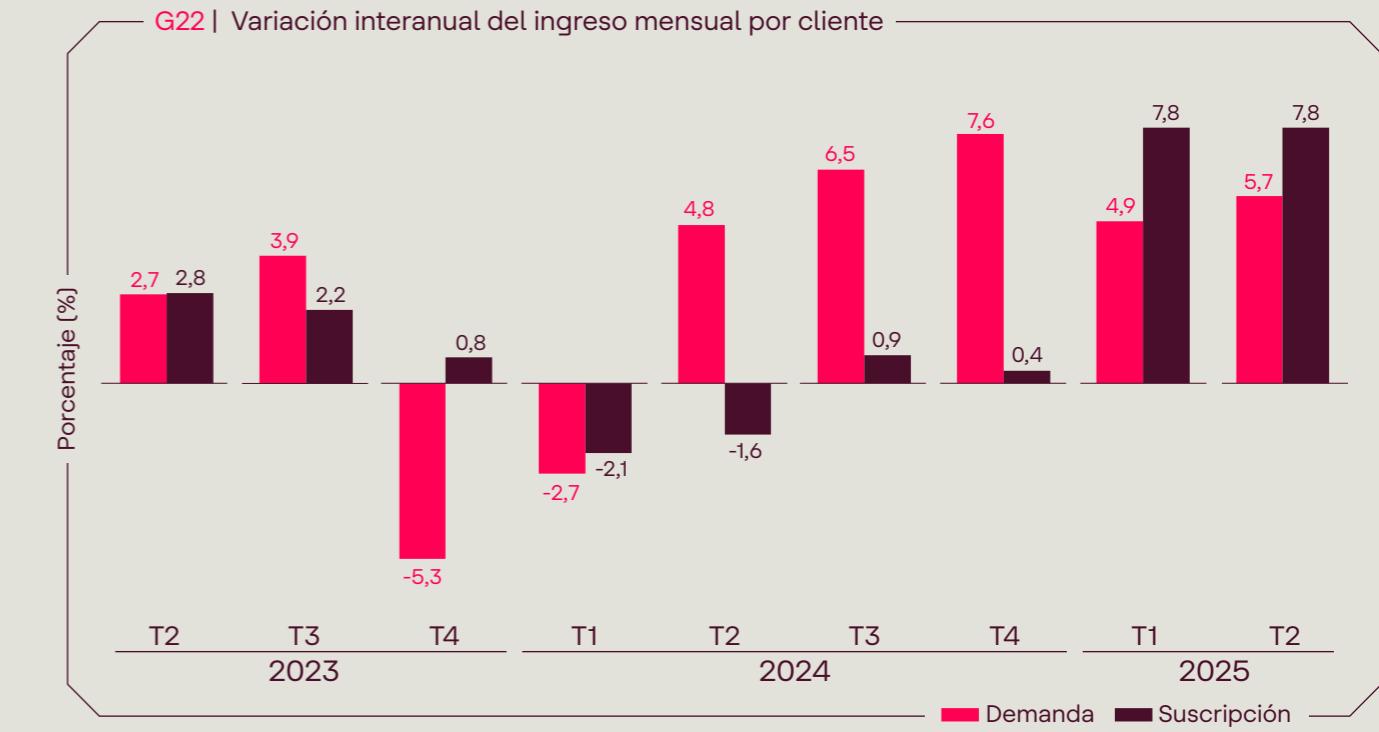
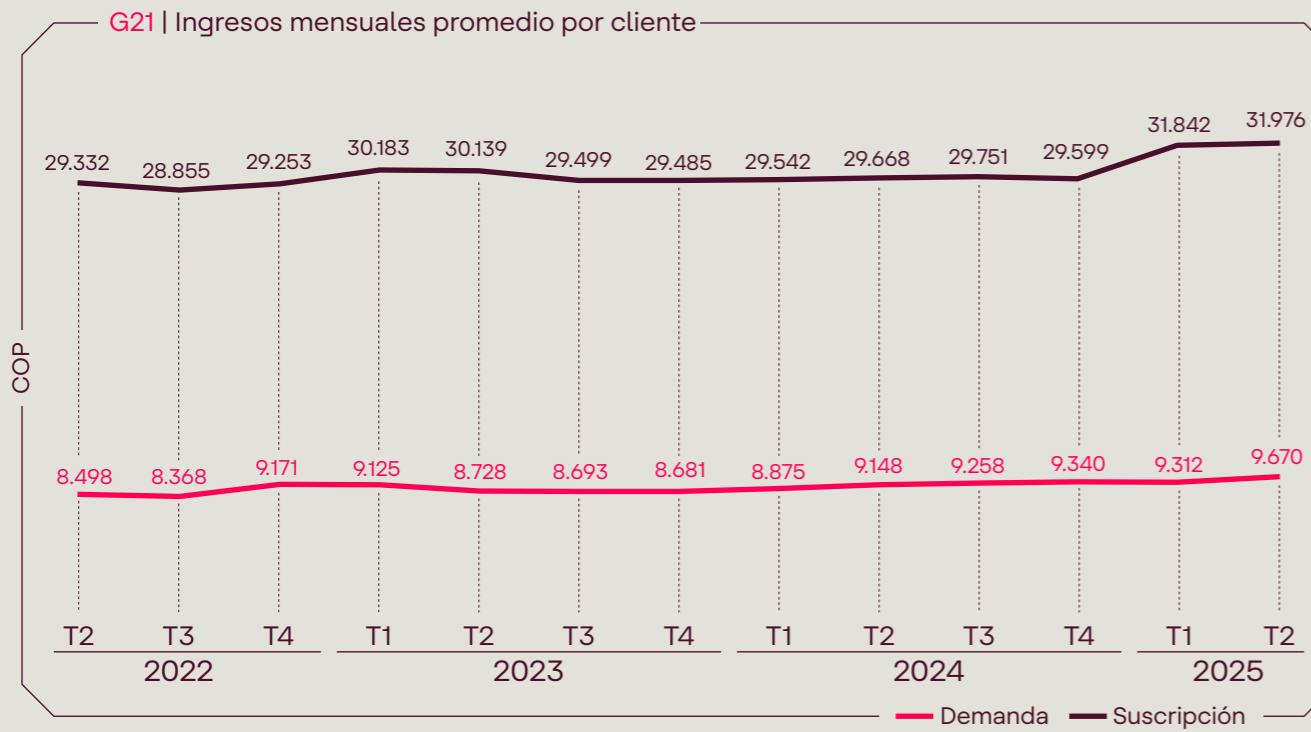
## El ingreso por cliente repunta con fuerza

Tras un largo periodo de estabilidad, el ingreso promedio mensual por cliente de banda ancha móvil **comienza a crecer de forma sostenida** a partir de mediados de 2024.

En el T2-2025, el ingreso promedio en modalidad **prepago** alcanza los 9.670 COP/mes, **con un crecimiento interanual del 5,7 %**.

En **postpago**, el ingreso medio sube hasta los 31.976 COP/mes, **con una variación interanual del 7,8 %**.

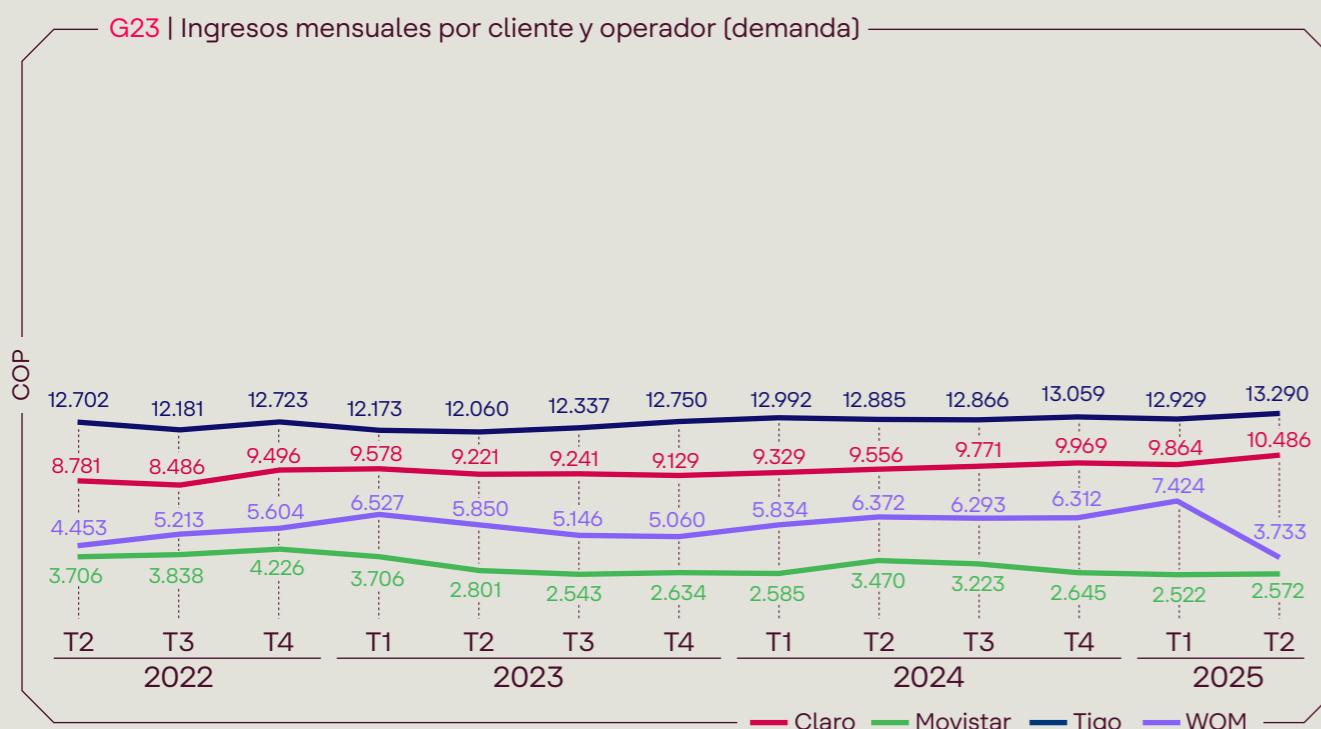
Por su peso en el modelo de negocio de los operadores, esta es una de las métricas más relevantes del mercado.



## Liderazgo en prepago que se traduce en ingreso

Los operadores **con mayor foco en prepago**, como Claro y Tigo, **obtienen también los ingresos promedio más elevados** por cliente en esta modalidad: 10.486 COP/mes y 13.290 COP/mes, respectivamente.

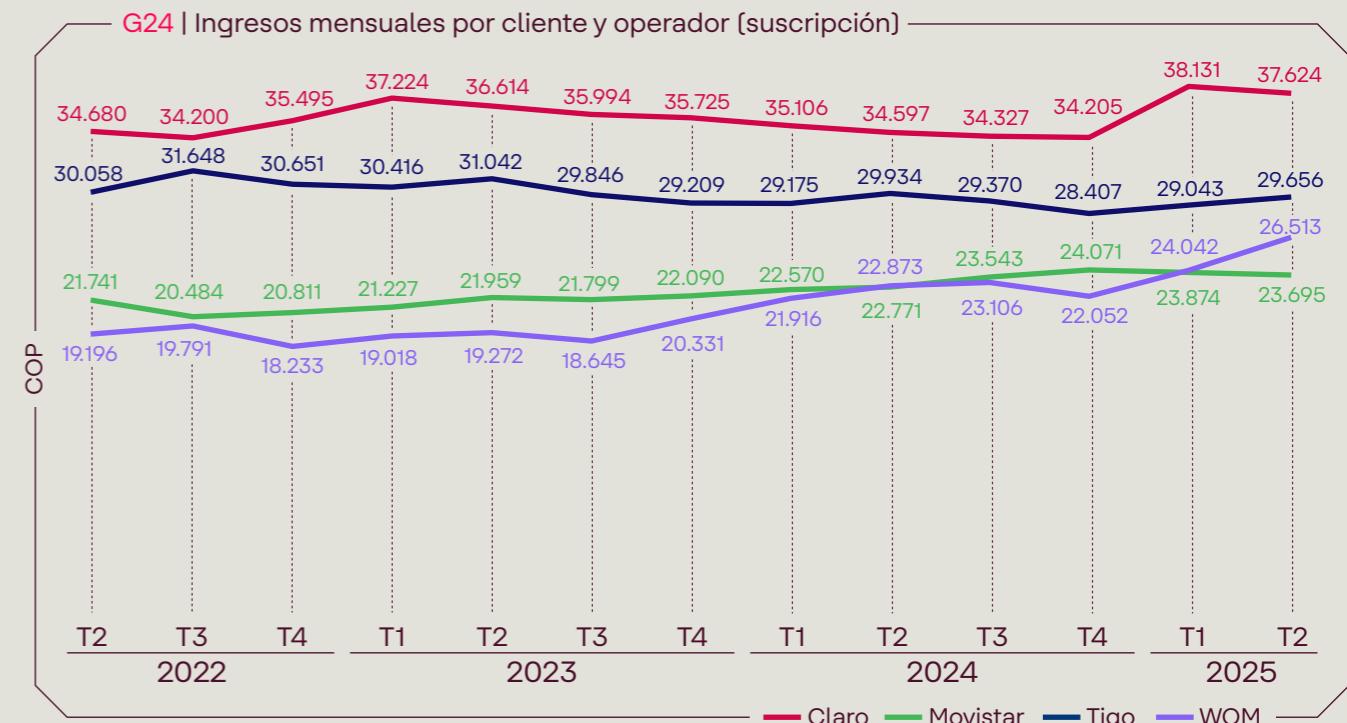
Estos resultados apuntan a una posición consolidada dentro de este segmento.



## Cambio de posiciones en pospago

**En el mercado pospago, las posiciones se invierten parcialmente.** Claro lidera con 37.624 COP/mes, seguido por Tigo con 29.656 COP/mes.

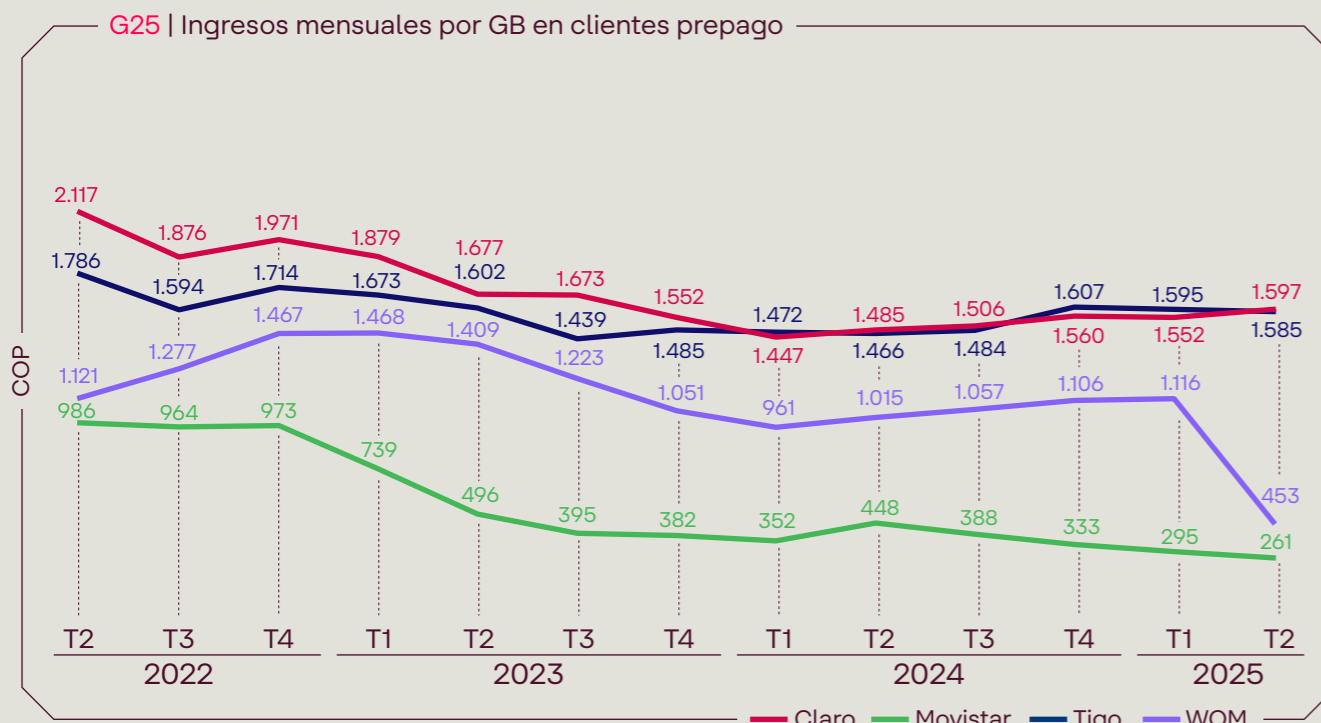
WOM asciende por primera vez al tercer lugar con 26.513 COP/mes, situándose por delante de Movistar, que reporta un ingreso mensual promedio de 23.695 COP.



## Prepago con ingresos por GB casi uniformes

Para todos los operadores que apuestan por prepago, el ingreso por GB cursado converge en torno a los 1.600 COP/mes.

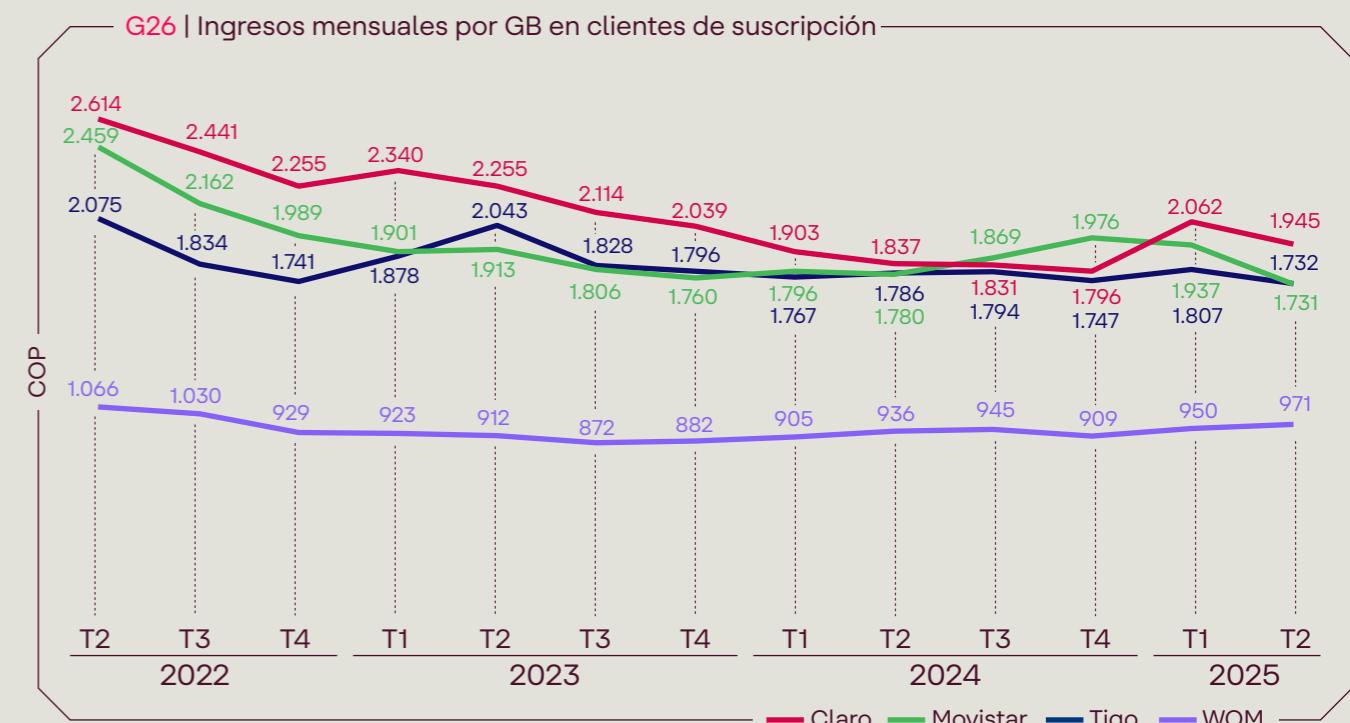
**Esta alineación se ha ido consolidando** con el aumento progresivo del tráfico.

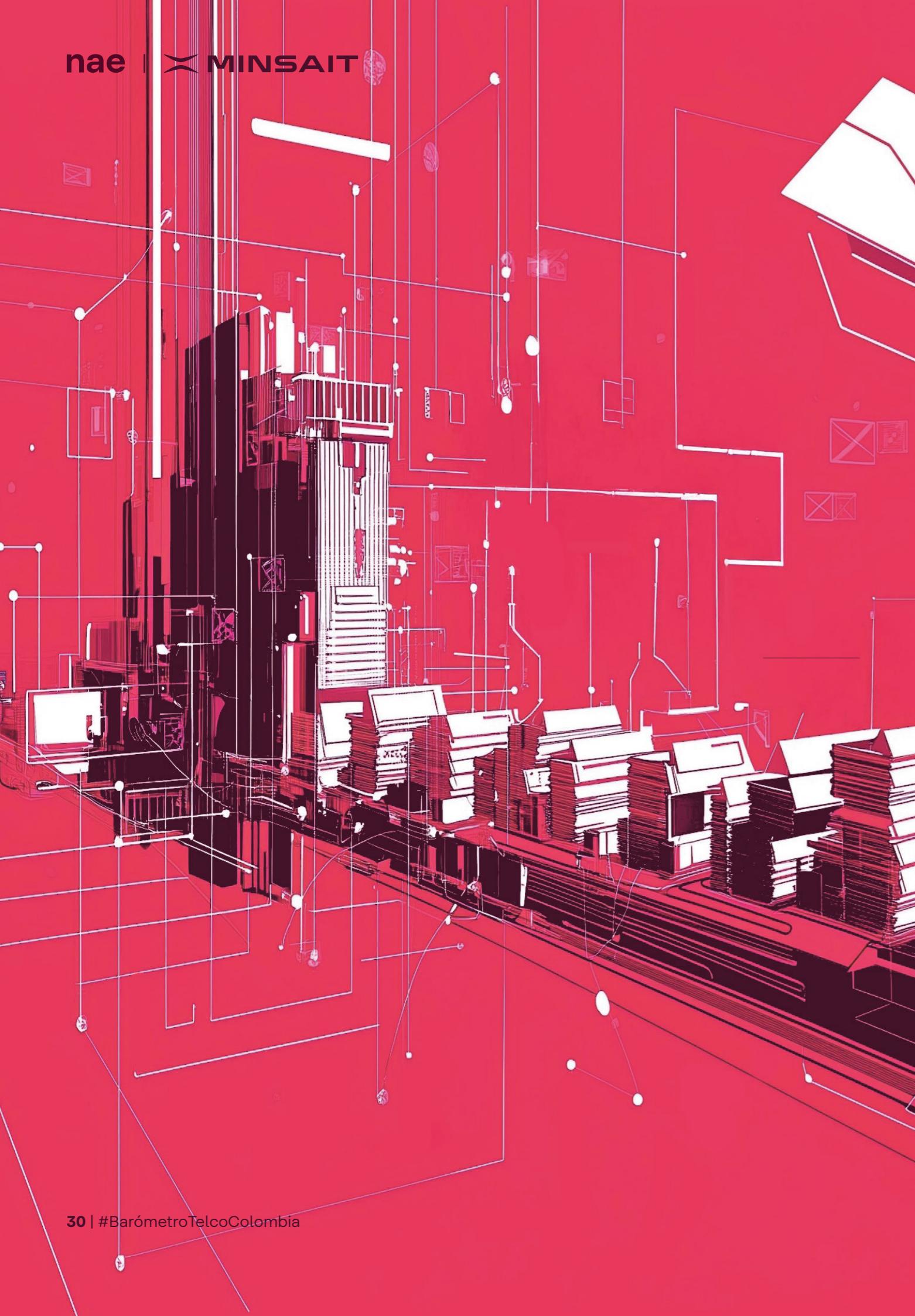


## Diferencias marcadas en el ingreso por GB en pospago

En pospago, **las diferencias entre operadores son más pronunciadas**. WOM registra el ingreso más bajo por GB, con 971 COP/mes, mientras que Claro alcanza los 1.945 COP/mes.

Estas variaciones reflejan **estrategias comerciales diferenciadas** y estructuras de consumo distintas entre bases de clientes.





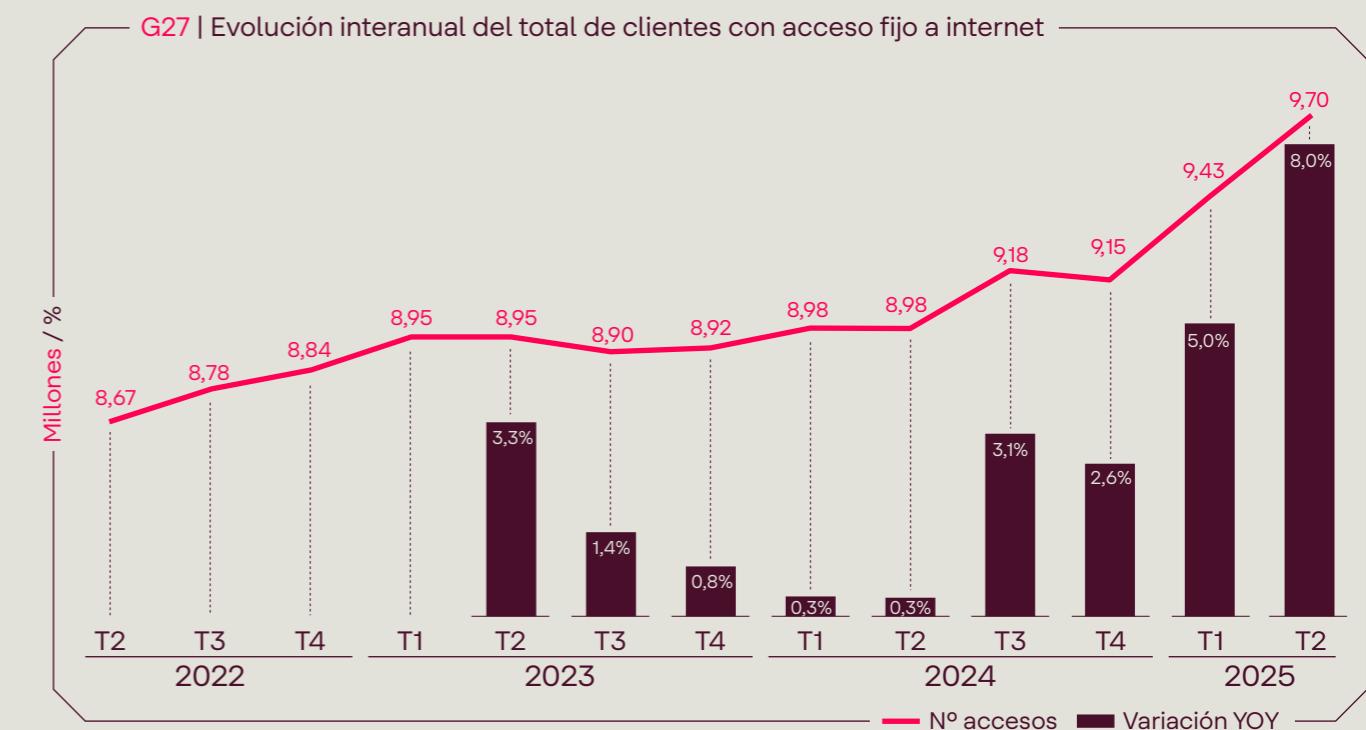
## 04 Banda ancha fija

Un nuevo impulso para la banda ancha fija

El T2-2025 cierra con **9,7 M de hogares conectados a internet fijo** en Colombia, lo que representa un crecimiento interanual del 8 %.

Esta evolución marca un punto de inflexión tras varios trimestres de estancamiento durante 2023 y parte de 2024, y sugiere un **nuevo dinamismo en la expansión del acceso fijo**.

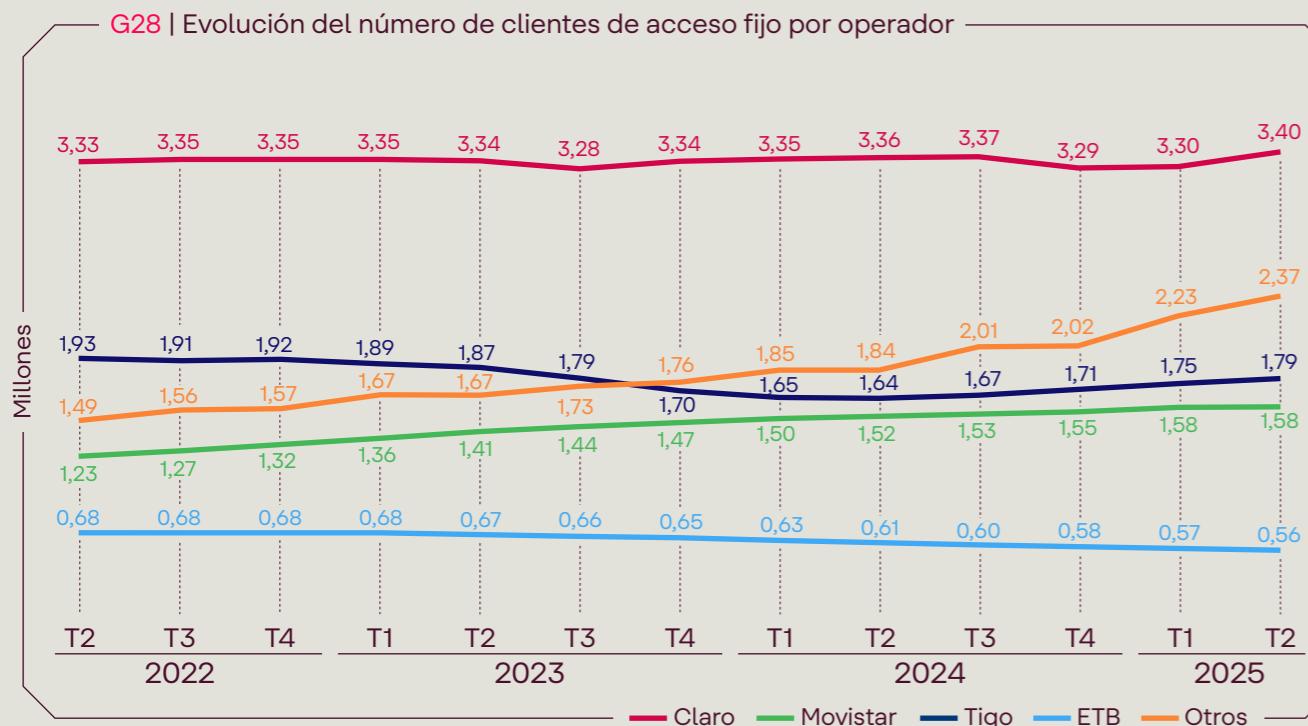
El dato **refuerza el potencial de crecimiento** aún presente en zonas o segmentos menos cubiertos del país.



## Crecimiento desde los extremos del mercado BAF

En Colombia, **el crecimiento del acceso fijo está impulsado por dos actores clave**: el grupo “Otros”, que ya se posiciona como el segundo mayor proveedor del país con 2,37 M de hogares conectados; por otro lado, Claro, que mantiene el liderazgo con 3,40 M de hogares.

En este último caso, el avance está **asociado a la migración progresiva** hacia redes FTTH, lo que ha reactivado su crecimiento tras varios trimestres de estabilidad.

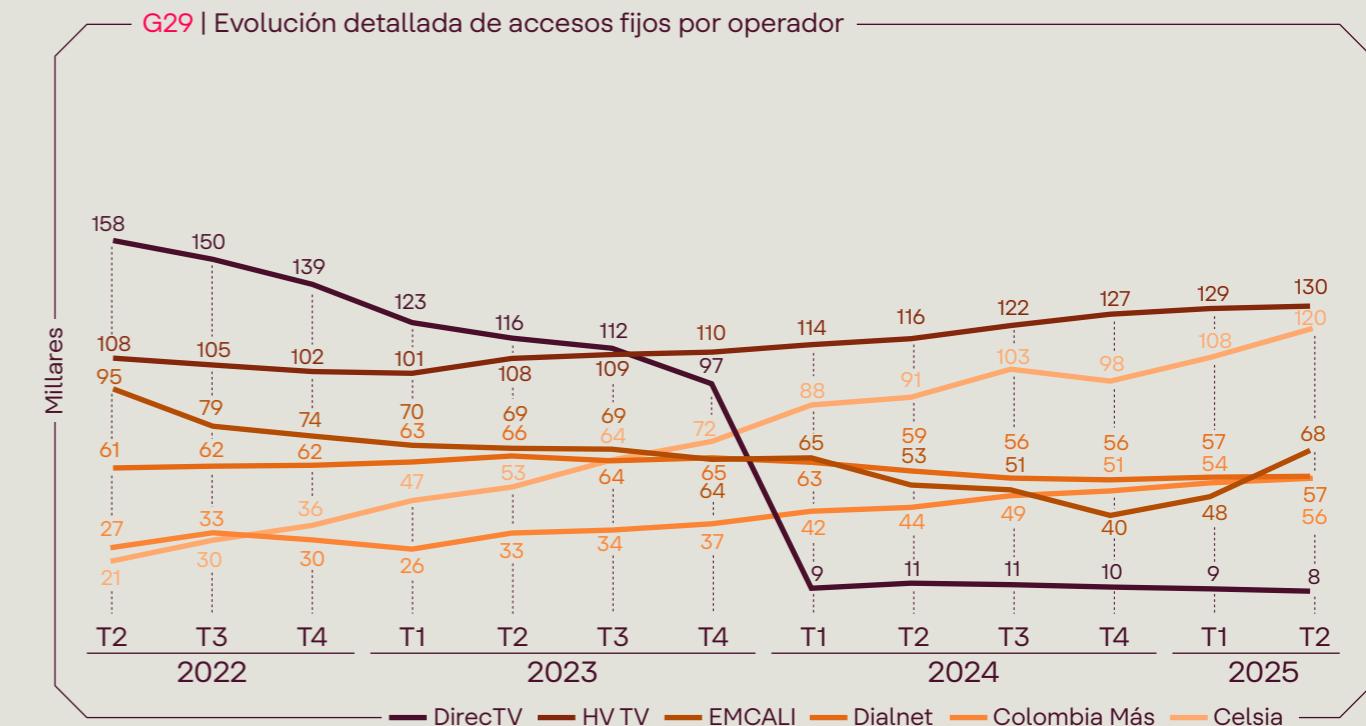


## Una suma de partes con impacto nacional

El grupo “Otros”, que ya representa **el segundo mayor conjunto de redes de acceso fijo** en Colombia, agrupa a una gran diversidad de operadores con presencia local y estructuras variadas.

HV Televisión y Celsia destacan como los principales actores dentro de este grupo, con 130 K y 120 K hogares conectados, respectivamente.

Sin embargo, el resto de la categoría está compuesta por **numerosos proveedores más pequeños**, lo que evidencia un ecosistema fragmentado, pero con un impacto territorial significativo.

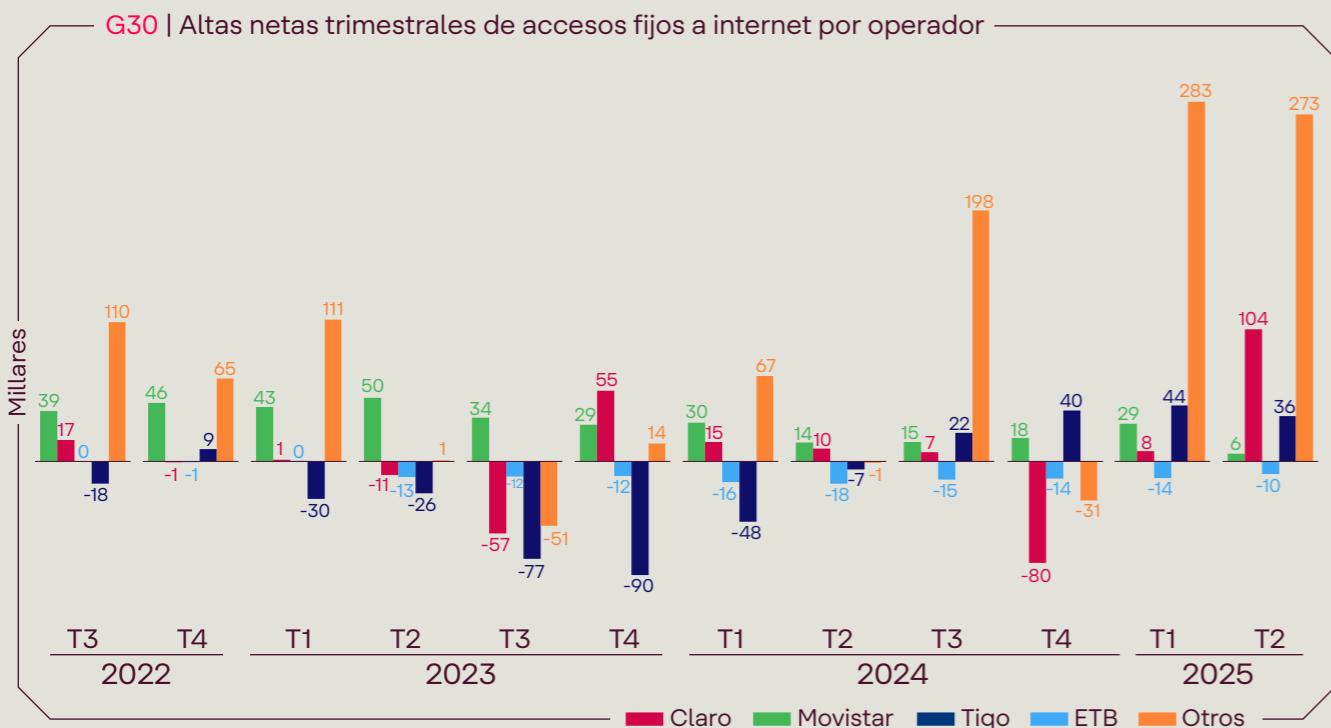


## Altas netas volátiles en un mercado dinámico

El mercado colombiano de acceso fijo a internet muestra **una marcada volatilidad en las altas netas**.

Es habitual que incluso los operadores con mayor presencia **alternen trimestres de crecimiento con otros de descenso** en su base de clientes, lo que sugiere un comportamiento oscilante en la demanda de este servicio.

En el T2-2025, el grupo “Otras” lidera en captación con 273 K altas netas, mientras que Claro consolida su recuperación con 104 K altas, tras varios trimestres de ajustes.



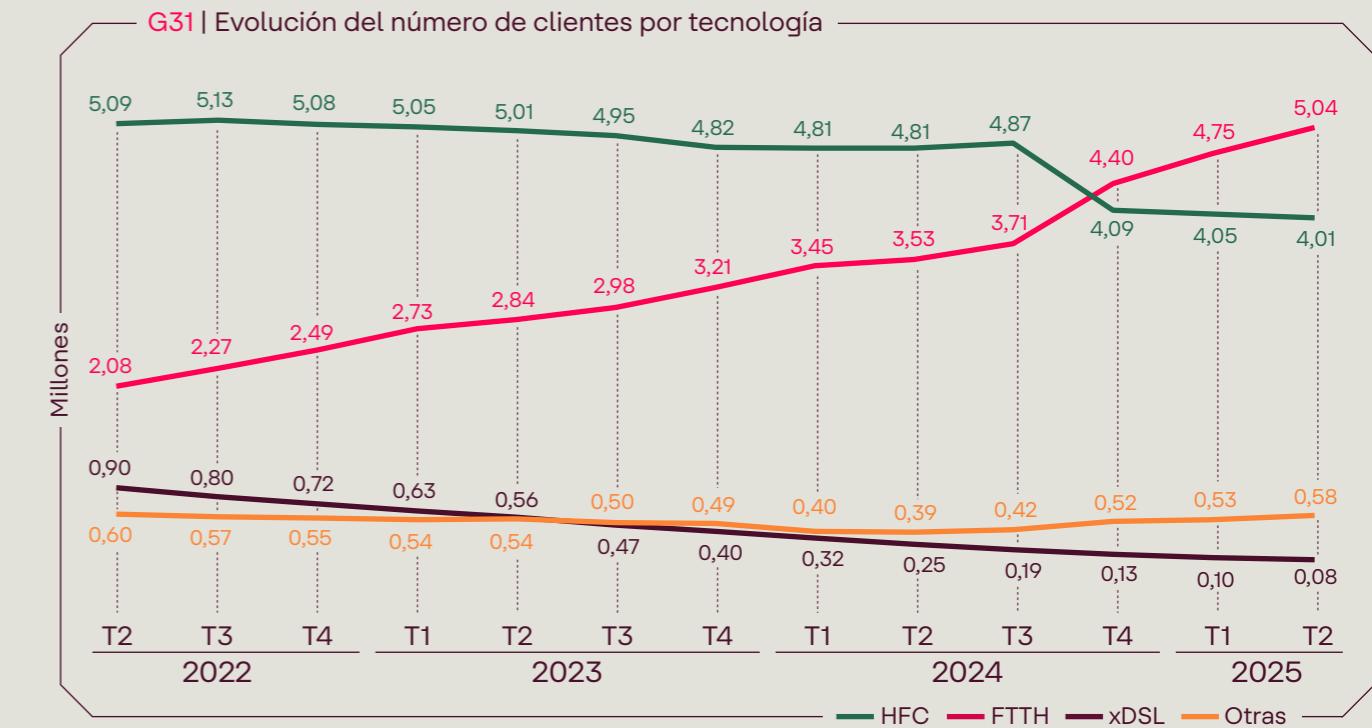
## El FTTH se consolida como tecnología predominante

La fibra hasta el hogar (FTTH) se afianza como la **tecnología más utilizada para el acceso fijo a internet** en Colombia, con 5,04 M de hogares conectados a cierre del T2-2025. Este crecimiento consolida su posición como principal vía de conexión residencial.

En paralelo, las redes HFC muestran un **retroceso gradual en número de usuarios**, lo

que podría anticipar una fase de sustitución tecnológica.

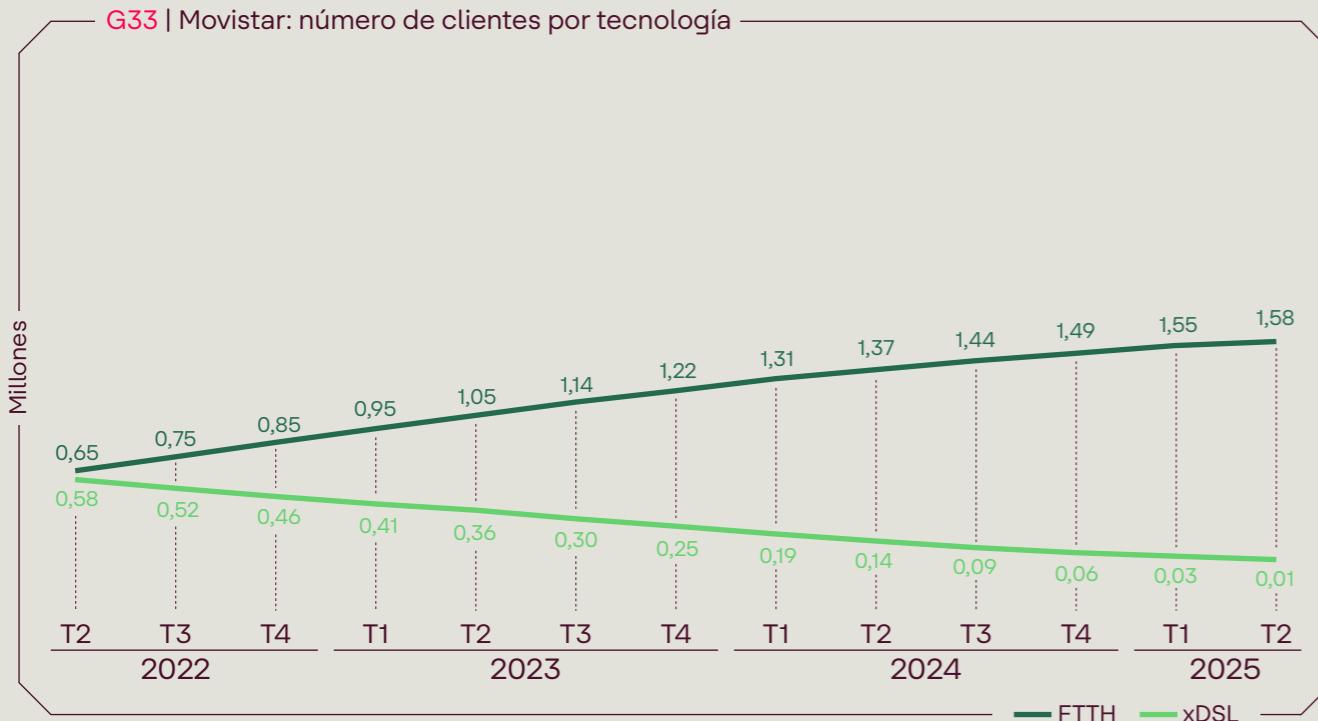
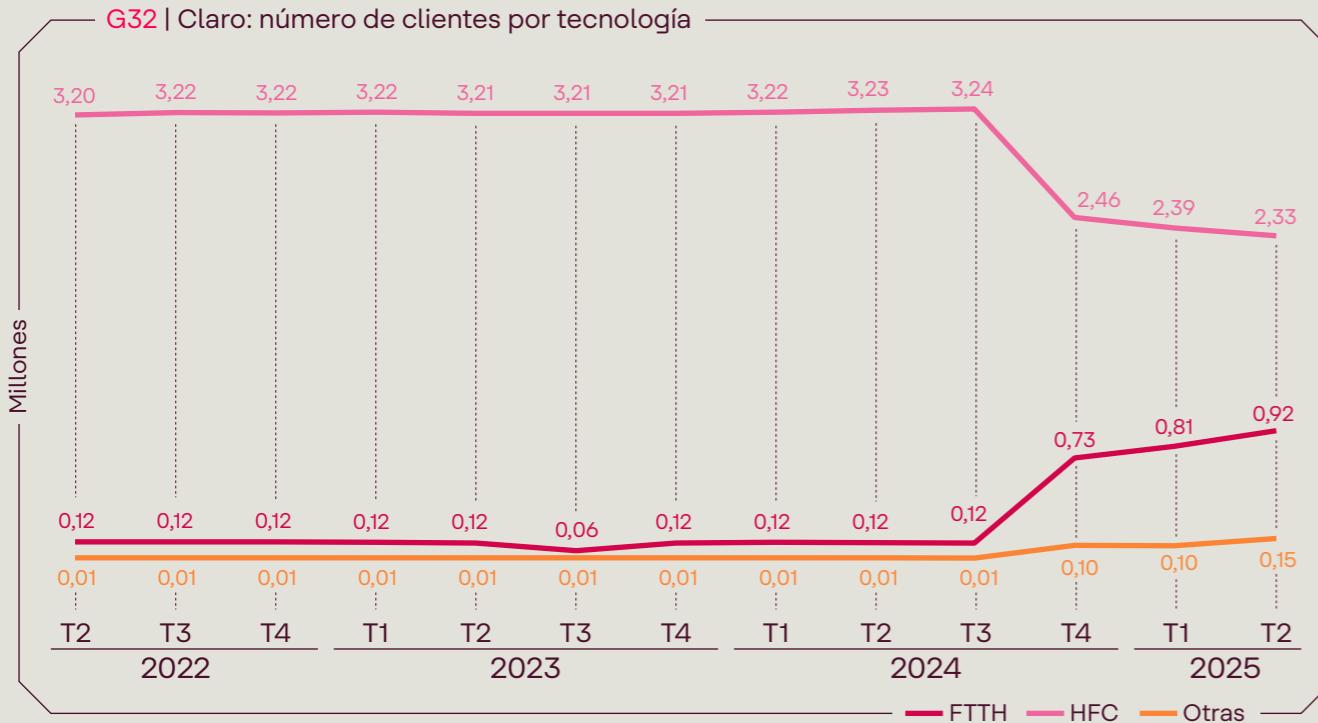
El conjunto de otras tecnologías (que incluye FWA, entre otras) alcanza los 583 K hogares conectados, lo que abre interrogantes **sobre su posible evolución futura**.



## Estrategias tecnológicas diferenciadas entre operadores

La evolución tecnológica de los operadores refleja **estrategias distintas en la transición hacia redes de nueva generación**.

Claro **ha iniciado la migración** de su base de usuarios hacia FTTH, **aunque de forma progresiva**. Destaca la cifra de 150 K hogares

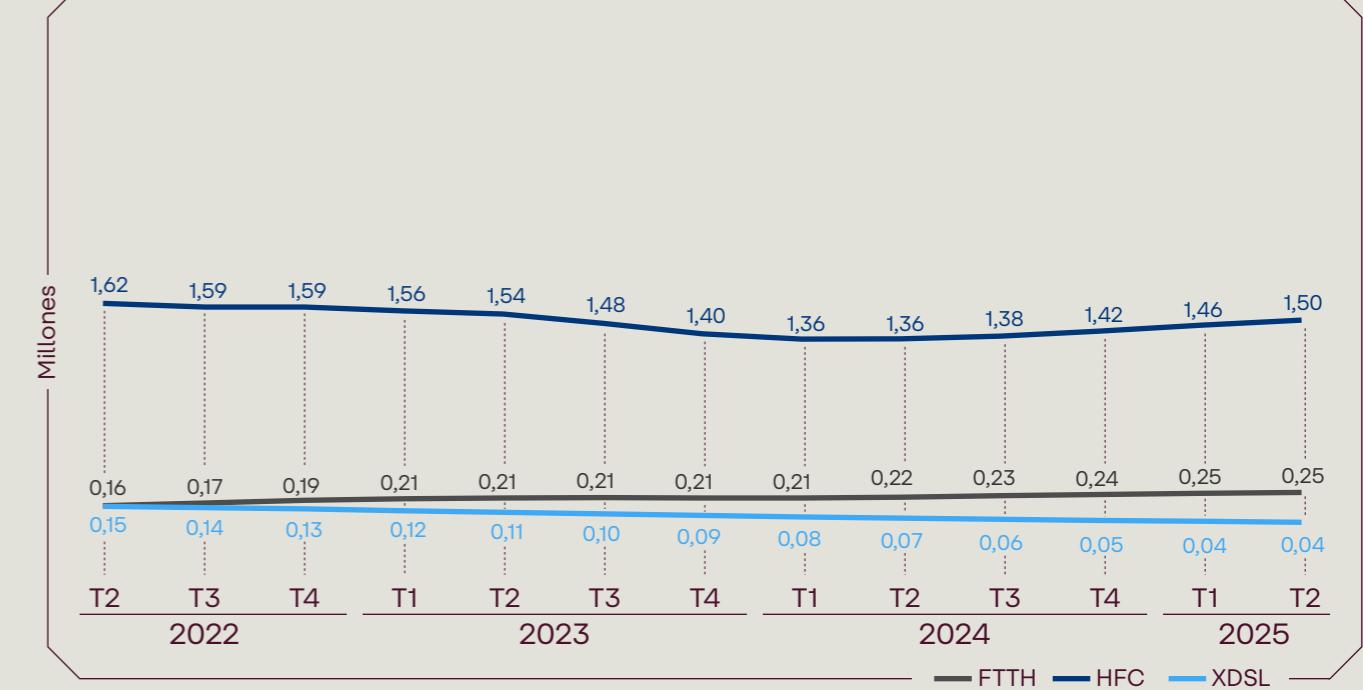


conectados mediante otras tecnologías, un volumen relevante dentro de su mix de acceso.

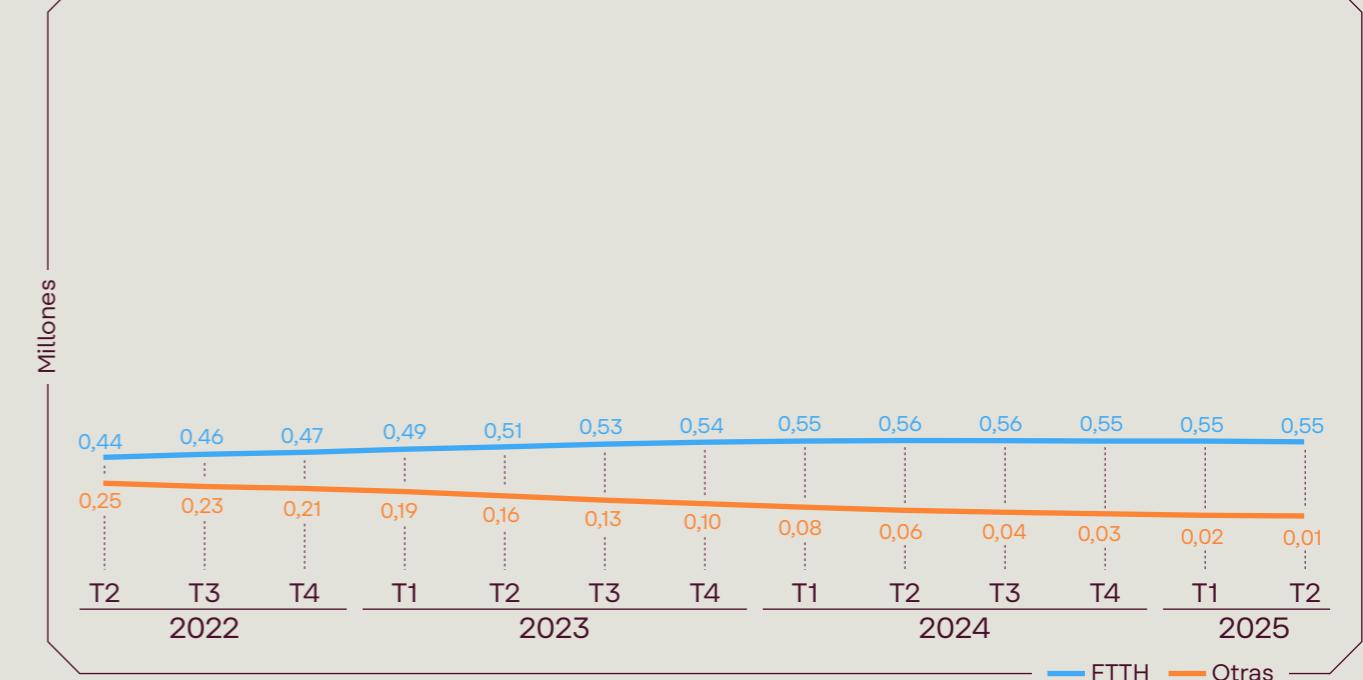
Movistar y ETB han completado la migración desde **redes de cobre**, consolidando su oferta sobre infraestructuras de fibra óptica.

Por su parte, Tigo mantiene un **enfoque diferenciado al continuar recuperando clientes** sobre su red HFC.

G34 | Tigo: número de clientes por tecnología



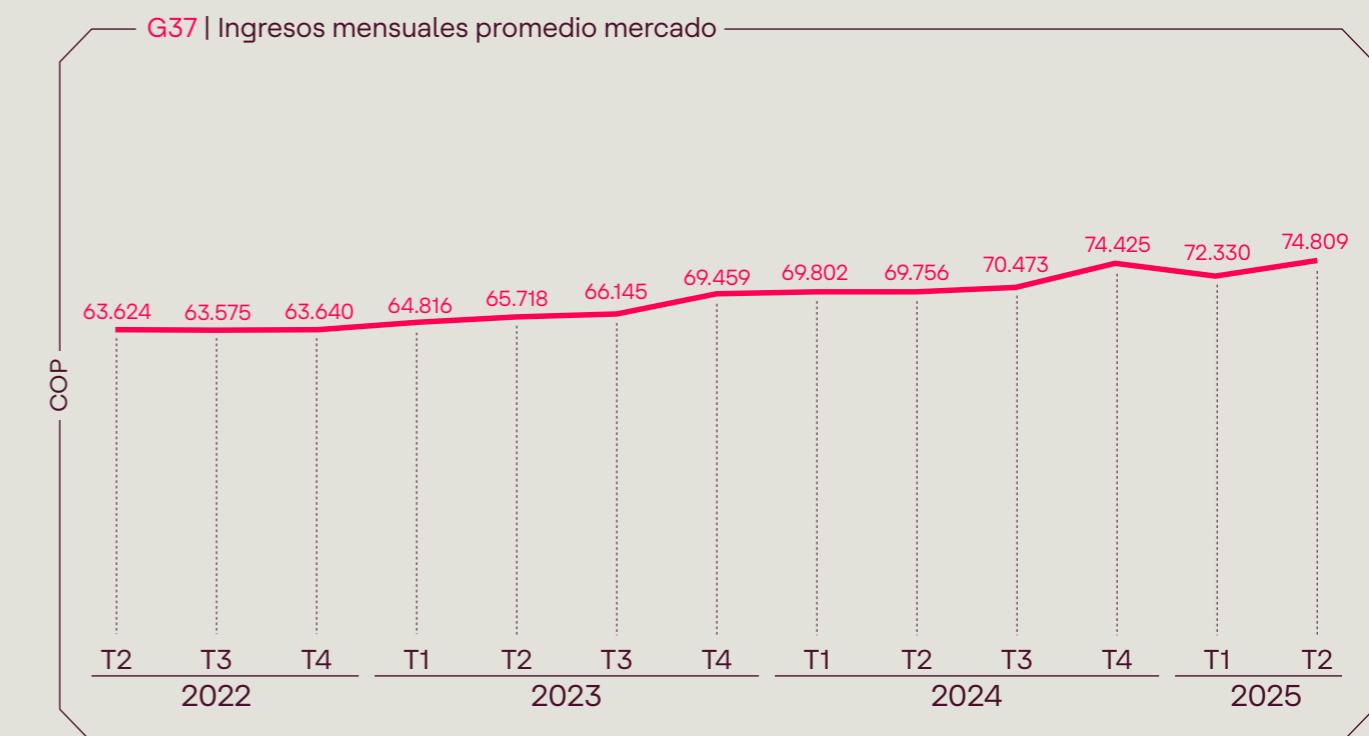
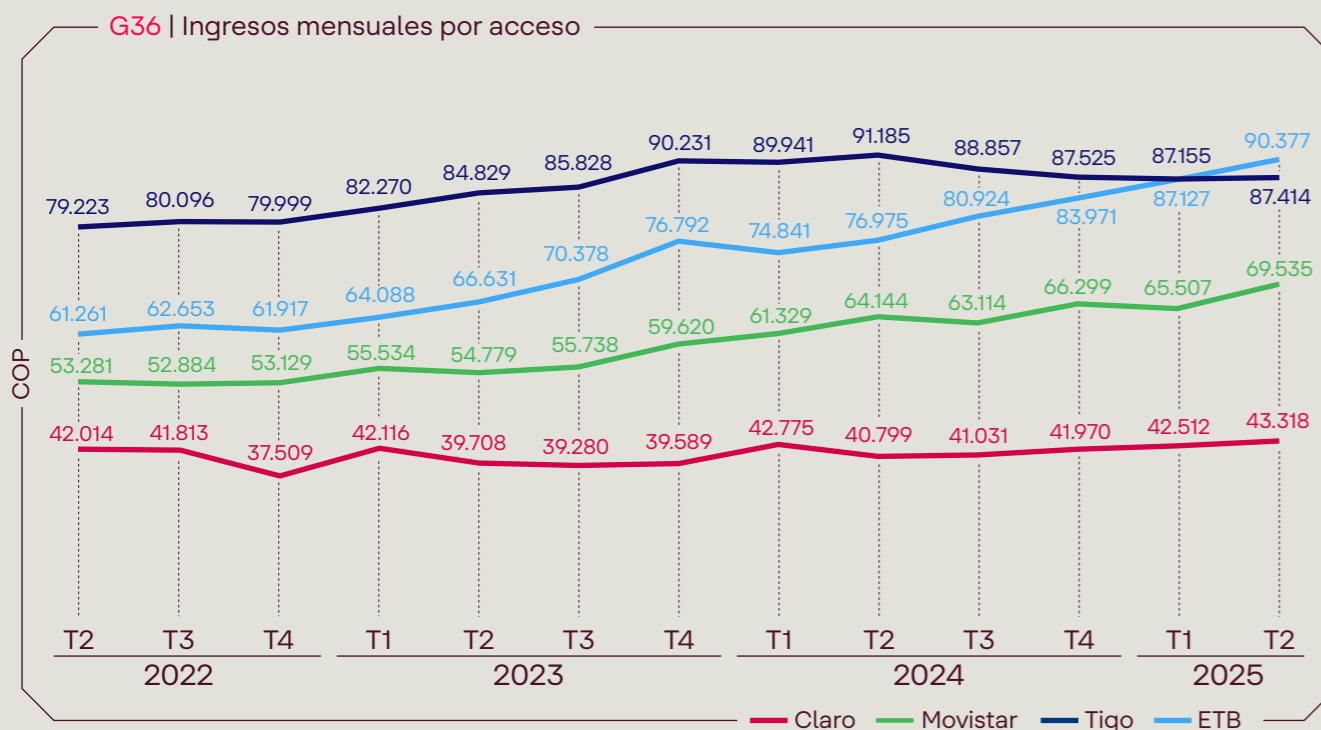
G35 | ETB: número de clientes por tecnología



## Migrar a FTTH impulsa el ingreso por acceso

Aunque la evolución varía significativamente entre operadores, **se observa una tendencia compartida**: aquellos que migran su base de clientes a FTTH logran mejorar de forma sostenida **el ingreso promedio por hogar conectado**.

El ingreso mensual promedio por acceso de banda ancha fija supera los 74,8 K COP a cierre del T2-2025, con **un crecimiento notable respecto a períodos anteriores**.



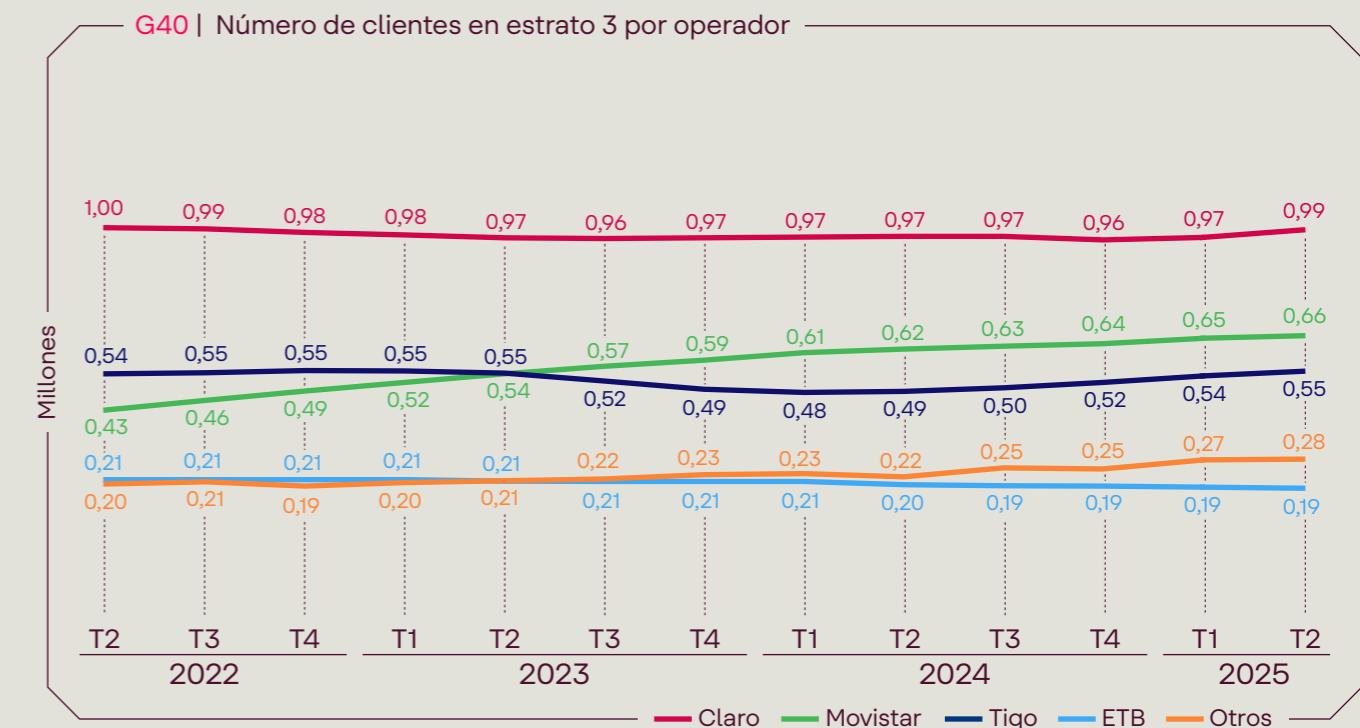
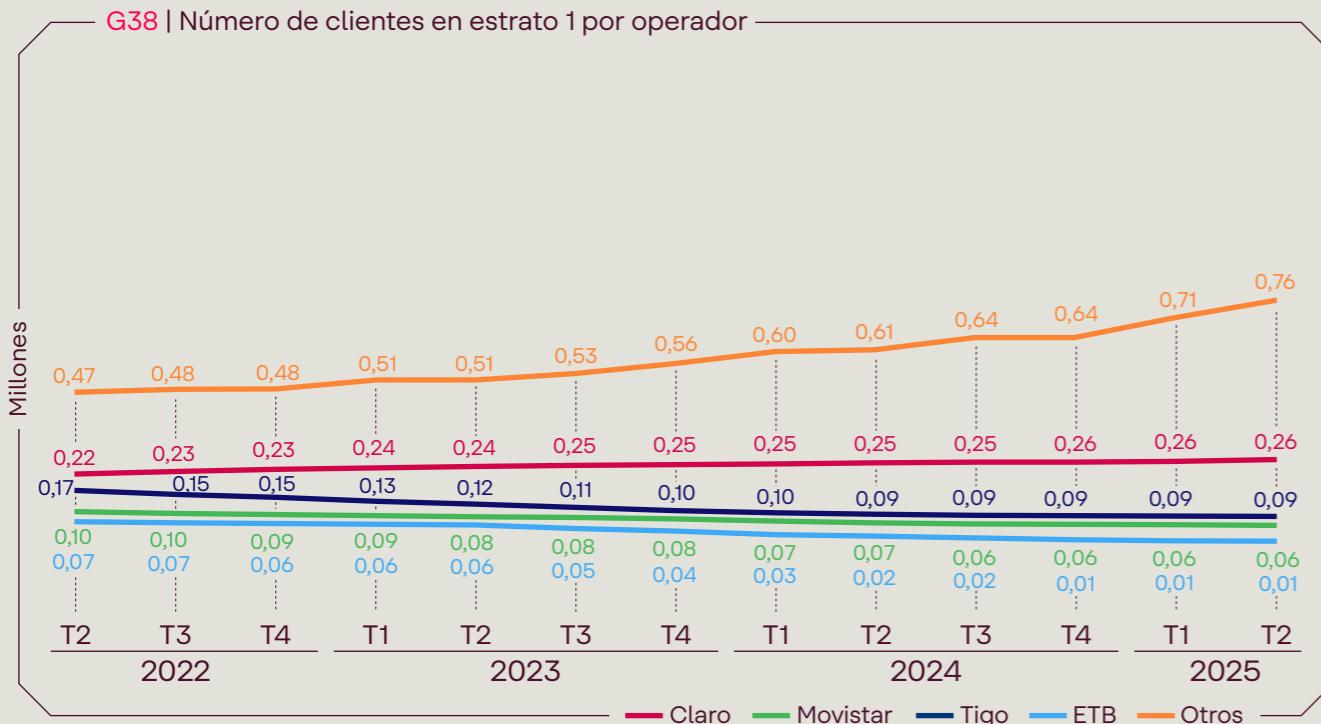
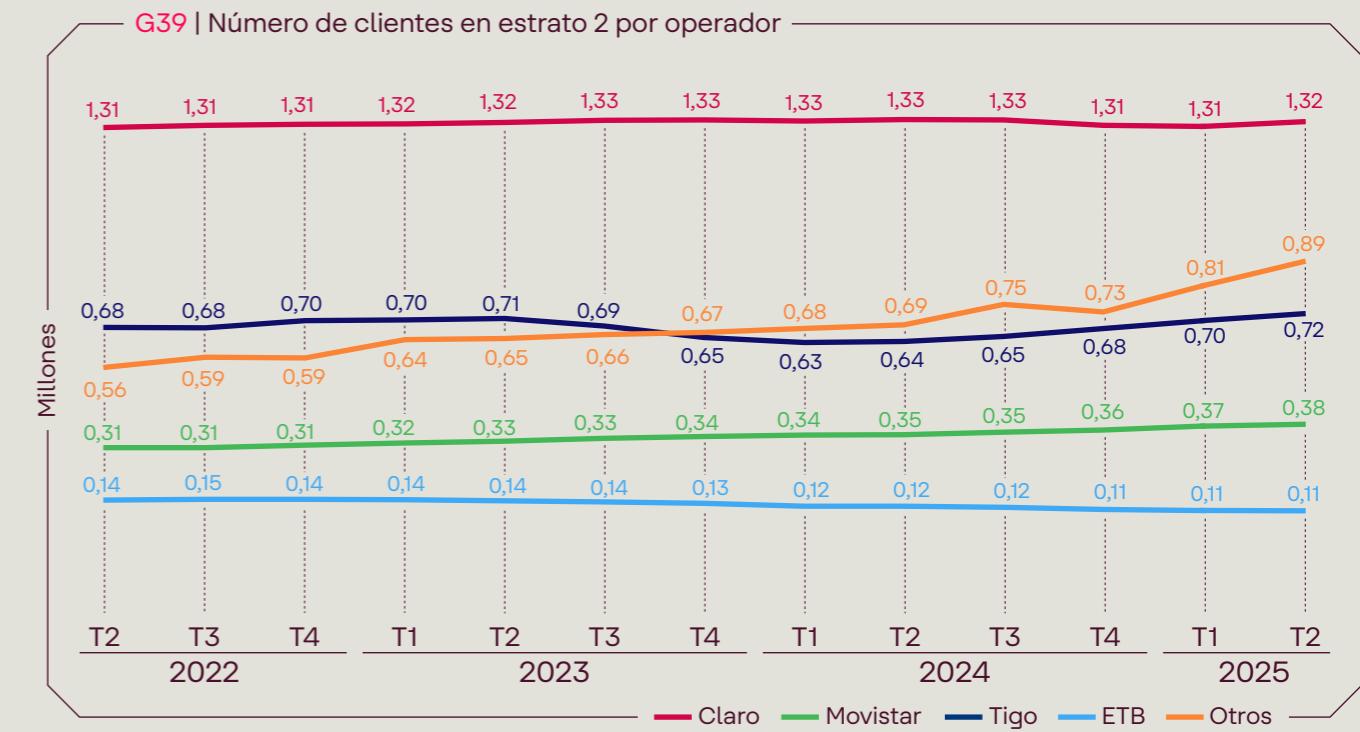
## Conectar al no tan bien conectado

El avance de la conectividad fija en Colombia presenta **patrones diferenciados por estrato socioeconómico**.

En el estrato 1, el grupo “Otros” lidera en volumen y crecimiento de clientes.

En los estratos 2 y 3, Claro mantiene el liderazgo, aunque el grupo “Otros” también concentra buena parte de las nuevas altas.

Esta evolución refuerza la idea de que **una parte relevante del crecimiento** se concentra en conectar al “no tan bien conectado”.



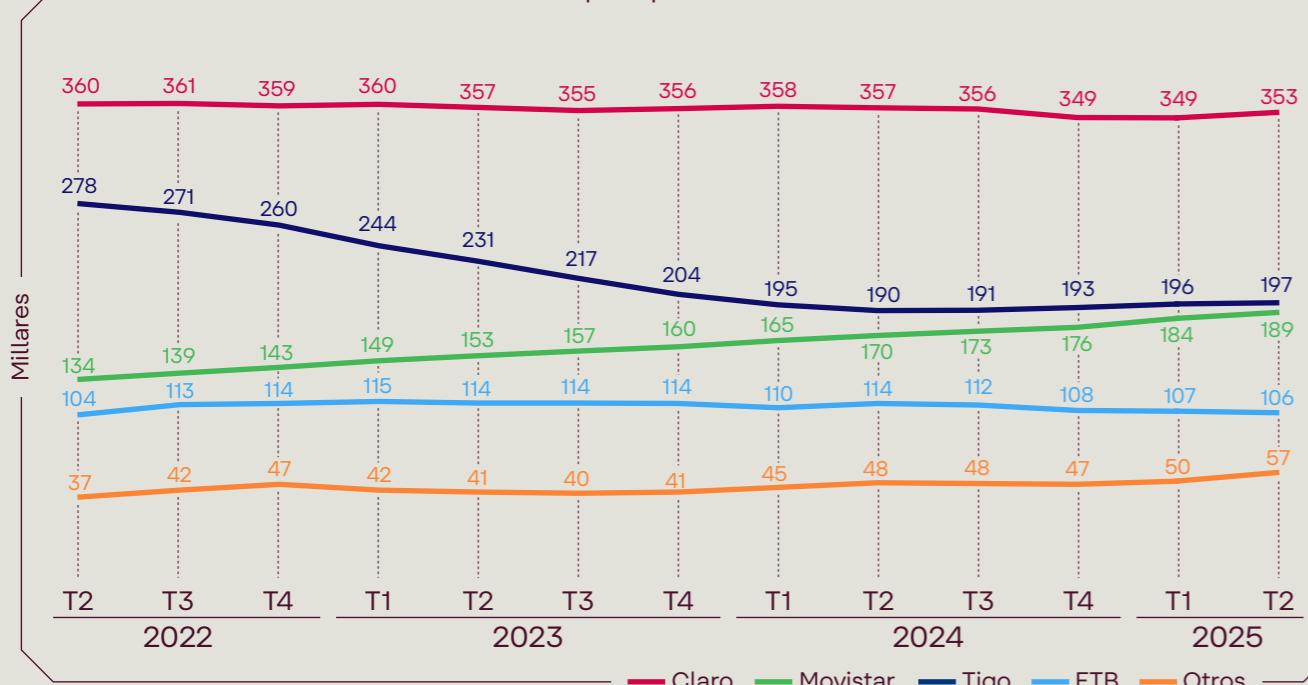
## Liderazgo consolidado y nuevas dinámicas en los estratos altos

En los estratos 4, 5 y 6, Claro **mantiene el liderazgo en número de clientes** de banda ancha fija.

Movistar destaca como el **operador con mayor crecimiento relativo** en estos segmentos, lo que podría estar relacionado con el proceso de migración hacia redes FTTH.

La distribución de tecnologías entre estratos sugiere patrones de adopción diferenciados, con una **mayor presencia de fibra óptica** en los niveles socioeconómicos más altos.

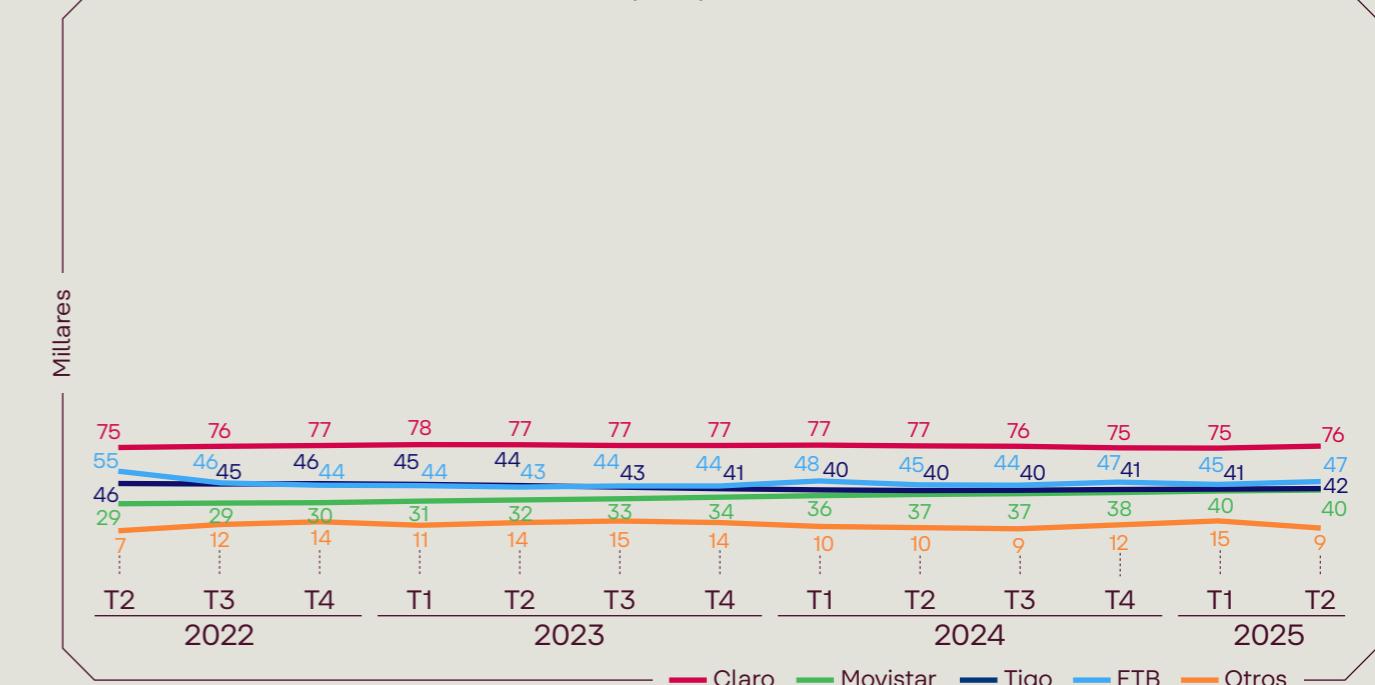
G41 | Número de clientes en estrato 4 por operador



G42 | Número de clientes en estrato 5 por operador



G43 | Número de clientes en estrato 6 por operador





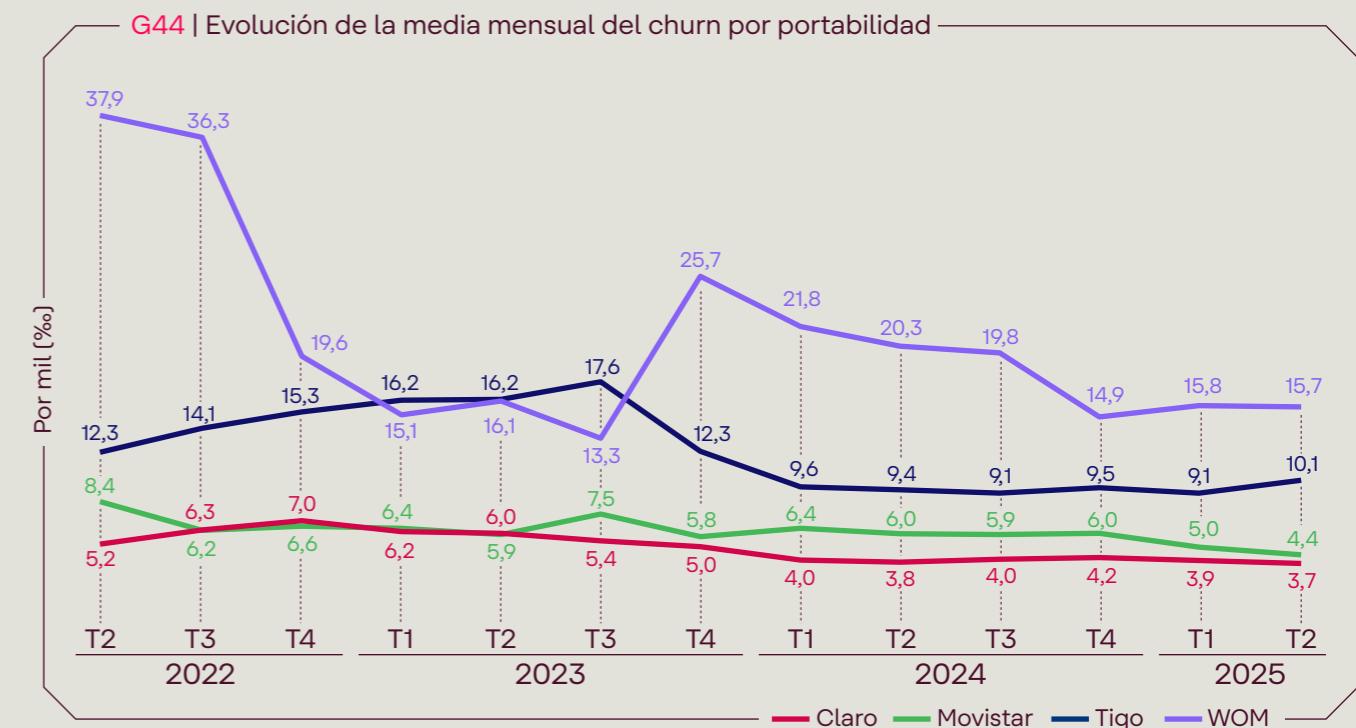
## 05 Portabilidad

### Estabilidad aparente, estrategias divergentes

El *churn* por portabilidad se mantiene **razonablemente estable** tras varios años de oscilaciones pronunciadas para algunos operadores.

Más que la magnitud media, **destaca la dispersión**: el valor más bajo se sitúa en 3,7 %o mensual, mientras que el más alto alcanza el 15,7 %o.

Esta **diferencia de más de cuatro veces** sugiere la coexistencia de estrategias comerciales muy distintas, que no parecen correlacionarse directamente con el **peso relativo del prepago** en cada operador.



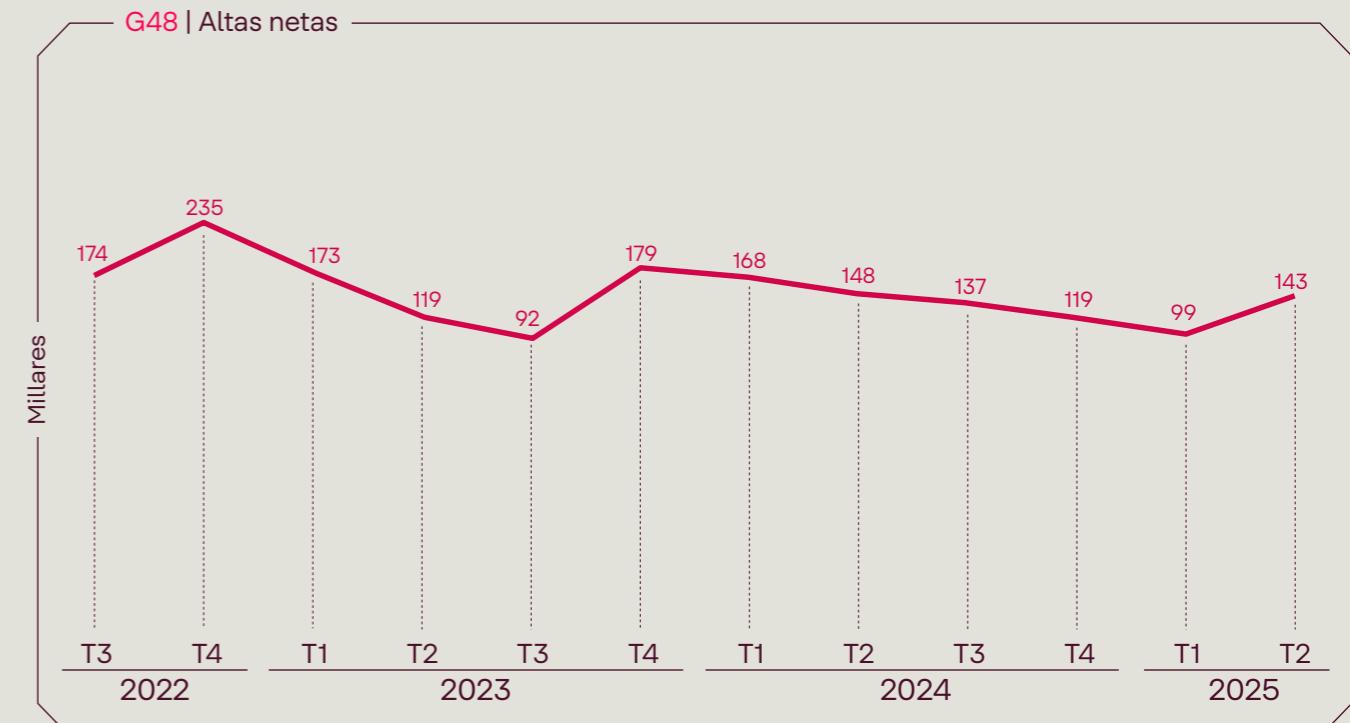
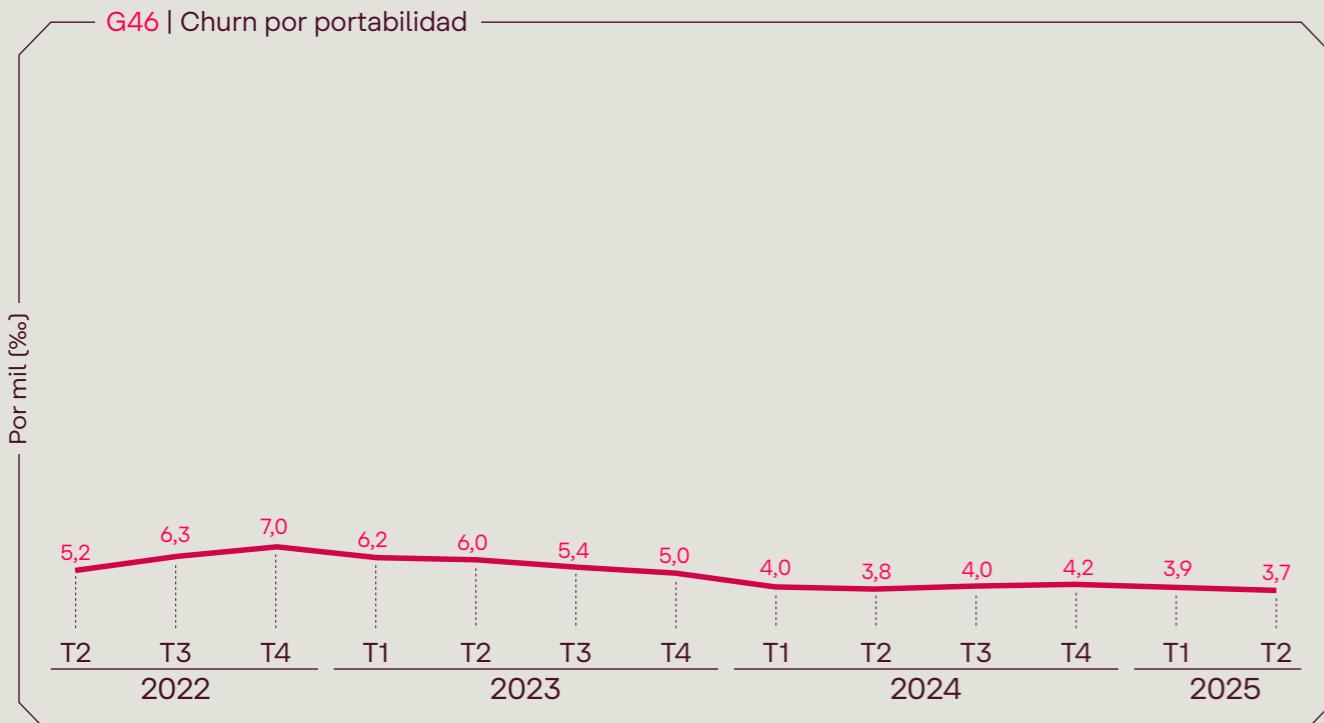
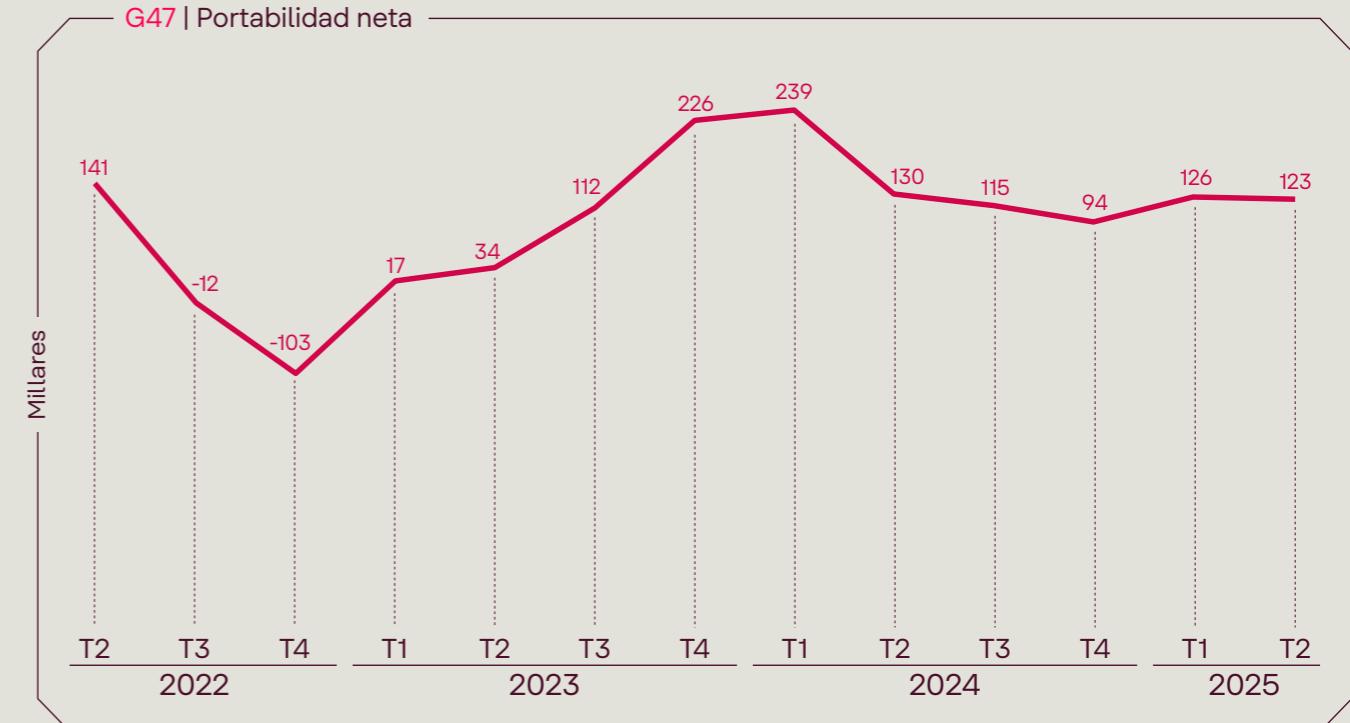
## Claro reduce el abandono y lidera en portabilidad neta

Claro ha conseguido reducir significativamente el **churn por portabilidad**, que se sitúa en el **3,7 %o mensual, una de las cifras más bajas del mercado** tras haber duplicado ese valor en 2022.



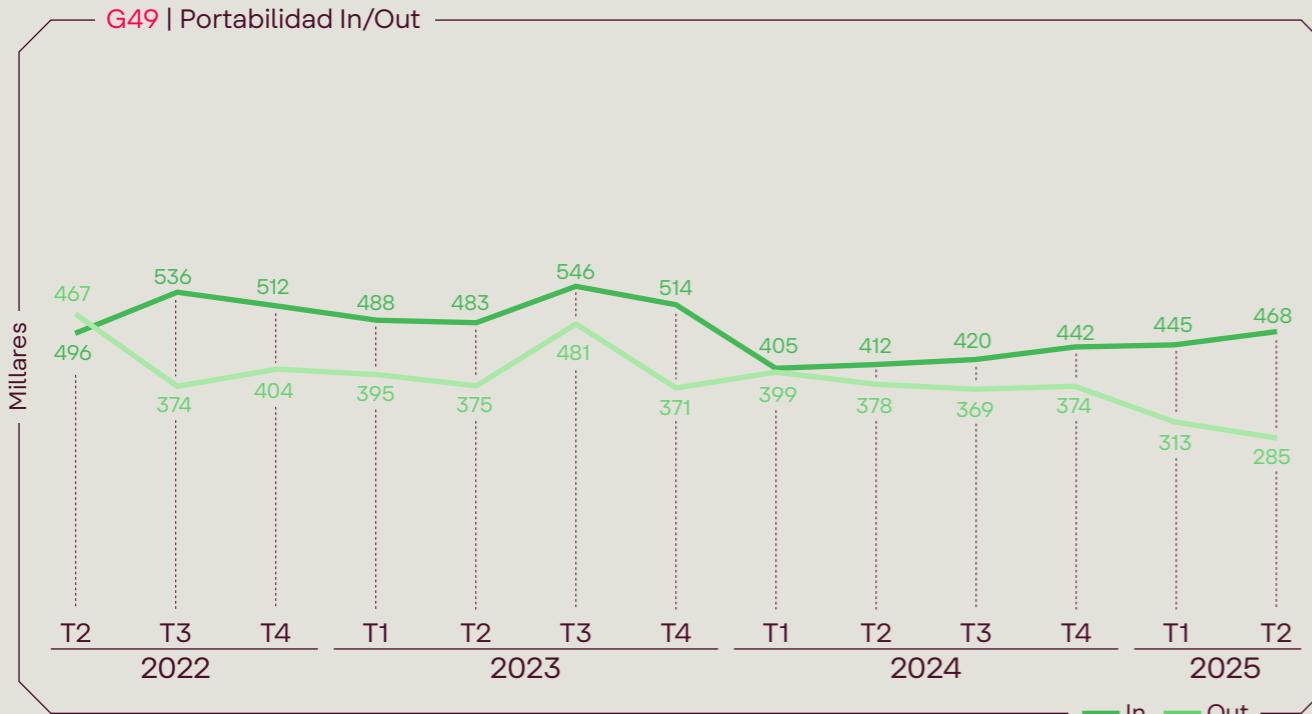
Este cambio ha permitido al operador alcanzar una **portabilidad neta positiva de 123 K clientes** en el T2-2025, impulsada por una captación bruta de 143 K líneas.

El 86 % del crecimiento neto del trimestre proviene de **movimientos por portabilidad**, lo que refuerza la posición competitiva de Claro en este canal.



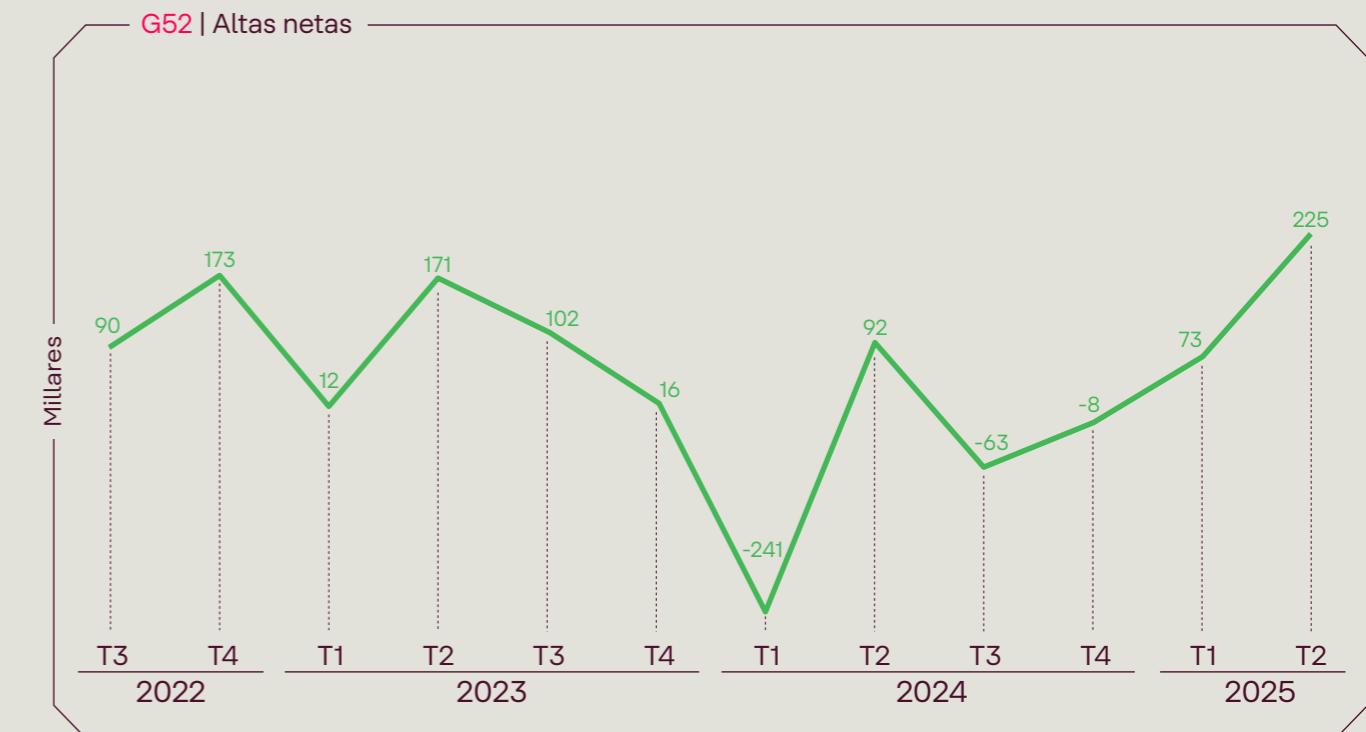
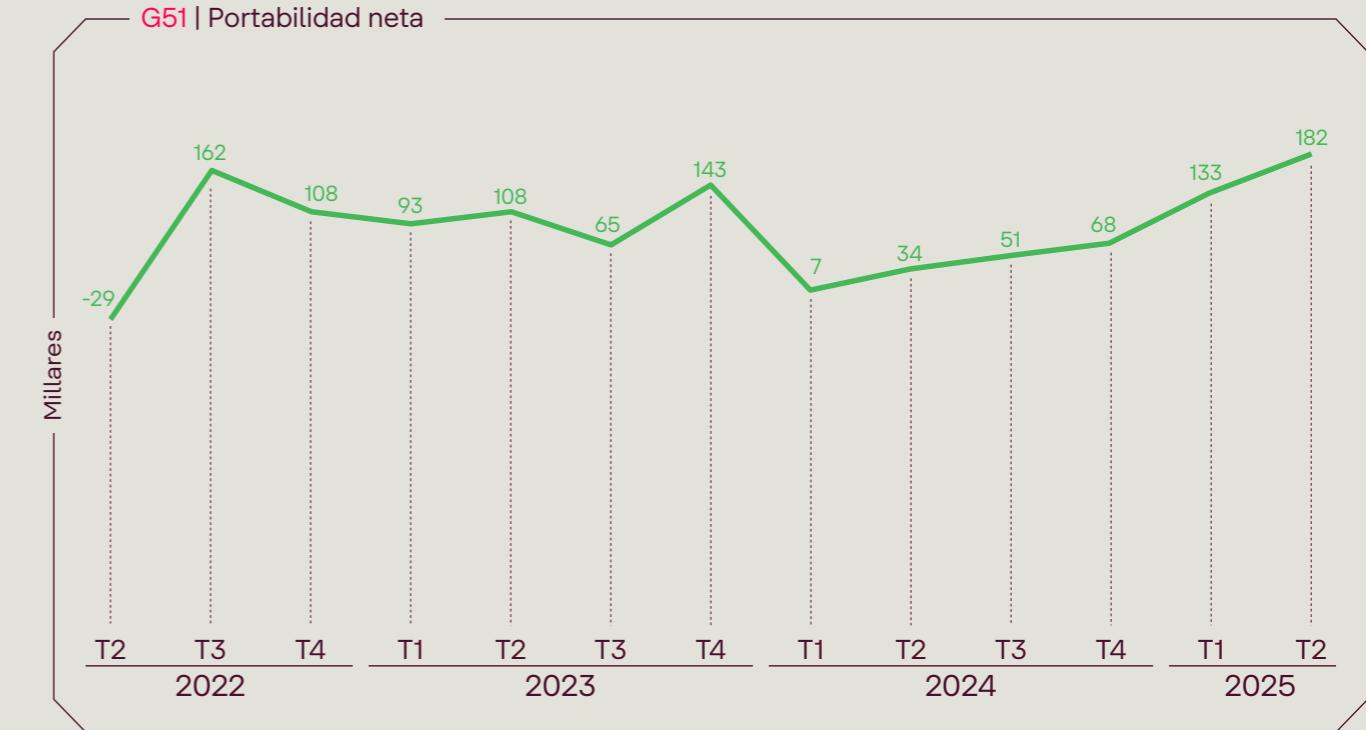
## Movistar mejora su fidelización y bate récords en portabilidad neta

Movistar ha logrado reducir de forma notable su **churn por portabilidad, que baja al 4,4 % mensual** en el T2-2025, desde valores cercanos al 6,4 % a comienzos de 2024.



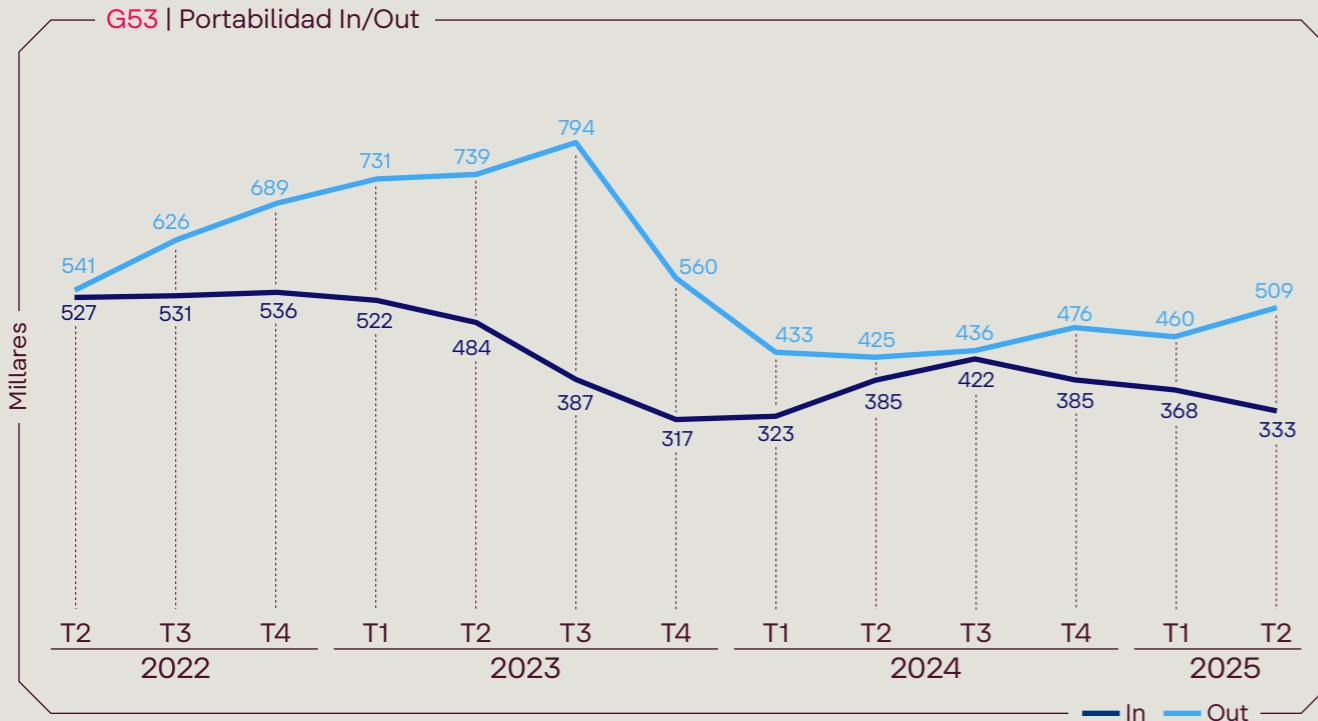
Este avance se ha acompañado de un aumento en su capacidad de atracción, alcanzando una **portabilidad neta de 182 K líneas**, el valor más alto registrado en la serie.

La buena dinámica en portabilidad se traduce también en una **captación total de 225 K líneas móviles** en el trimestre, de las cuales el 80 % proviene de portabilidad.



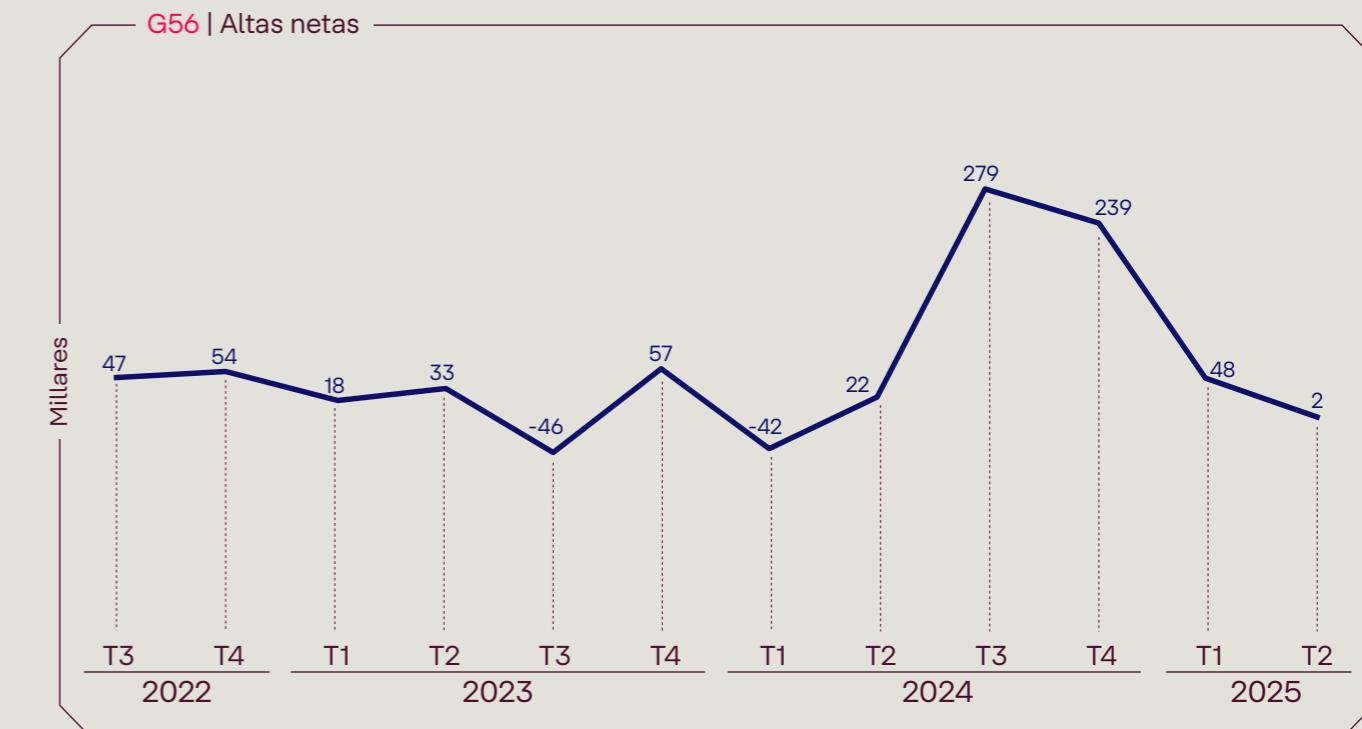
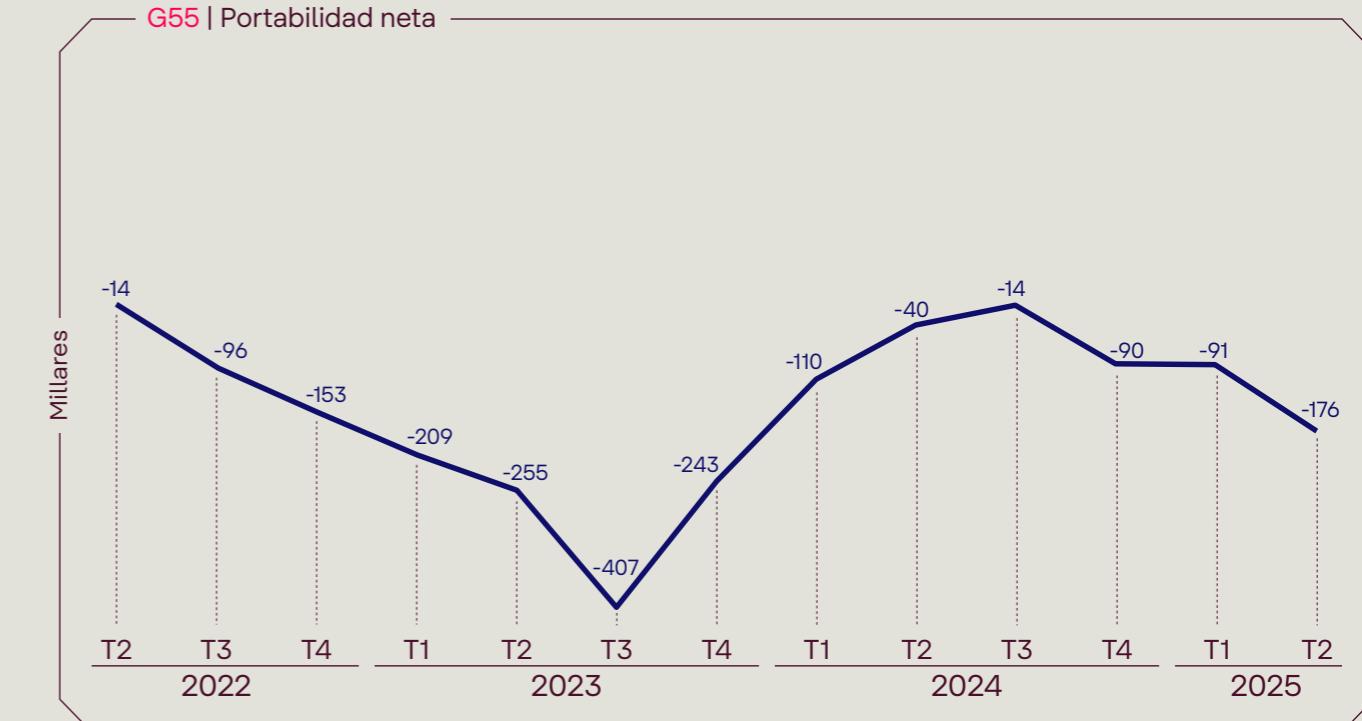
## Tigo mantiene la captación positiva pese al impacto de la portabilidad

Tras varios trimestres de relativa estabilidad, el **churn por portabilidad de Tigo repunta hasta el 10,1%** en el T2-2025, alejándose de los valores previos más controlados y de la posibilidad de revertir su saldo neto.



La portabilidad neta se reduce en 176 K líneas en el trimestre, lo que **limita la capacidad de crecimiento**.

Como resultado, la **captación neta total se mantiene prácticamente en equilibrio**, con un saldo positivo de 2.487 líneas.



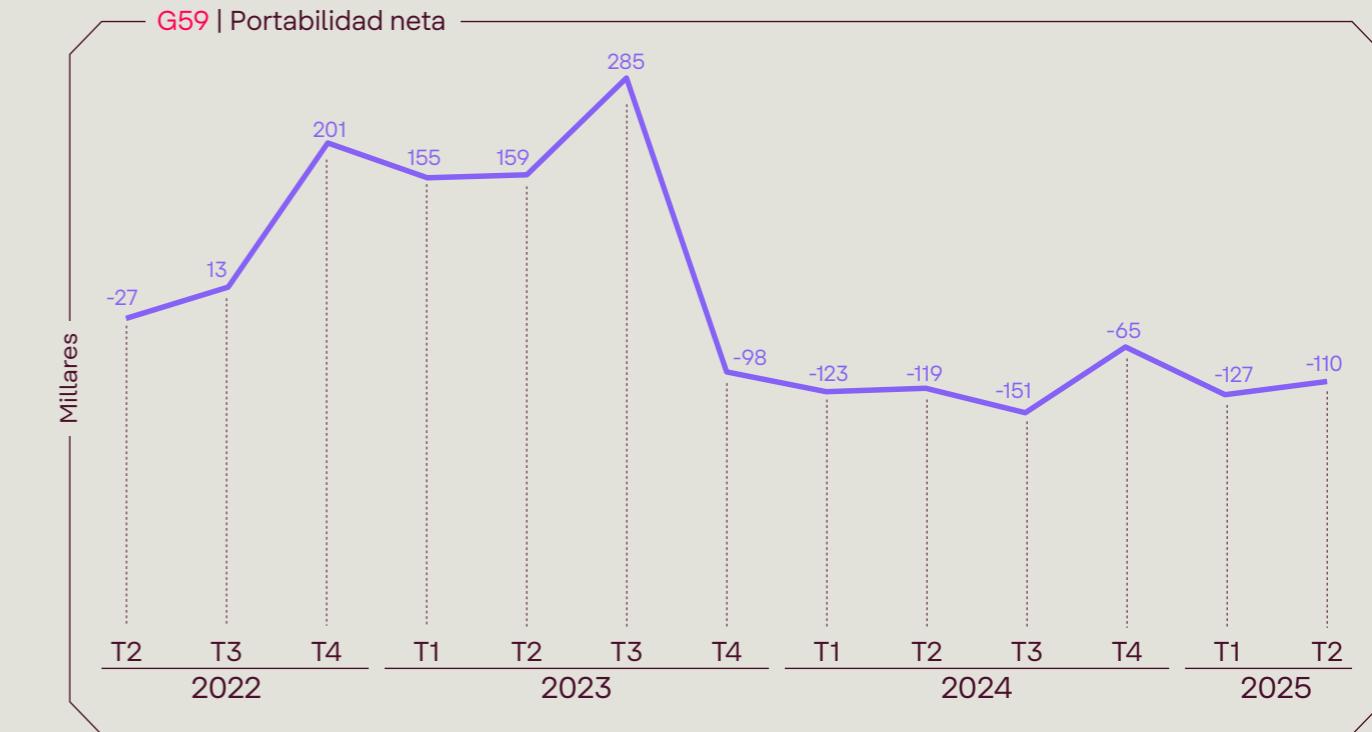
## WOM reduce su *churn* por portabilidad desde máximos históricos

WOM sufrió un fuerte aumento del *churn* por portabilidad al inicio de 2024, alcanzando un máximo del 25,7 %. Desde entonces, **ha logrado reducir esta cifra de forma sostenida** hasta el 15,7 % en el T2-2025.



Sin embargo, la caída en la captación de clientes no ha permitido revertir la tendencia: el saldo de portabilidad neta implica una pérdida de 110 K clientes en el trimestre.

La captación neta total también permanece en terreno negativo desde comienzos del año.



## 06 Nuestra visión

### El potencial de crecimiento se concentra en los segmentos menos atendidos

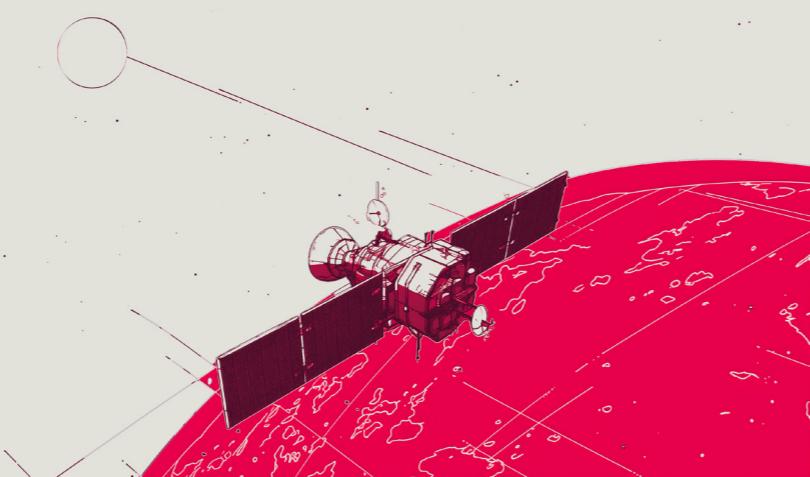
La brecha de consumo entre prepago y pospago, junto a una penetración aún moderada de la banda ancha fija, sugiere que la mayor oportunidad puede estar en conectar al “no tan bien conectado”.

### Hacia un ecosistema más escalable y con posibles movimientos de consolidación

La estructura del mercado está en transformación: la fusión de Tigo y Movistar pretende conseguir una escala que se acerque a las métricas de Claro, mientras que el avance del FTTH en estratos bajos y la fragmentación del grupo “Otros” podrían anticipar procesos de consolidación.

### Crecimiento para todos, capacidad desigual para capturarlo

El crecimiento robusto en ingresos y clientes para todas las modalidades plantea una oportunidad generalizada, aunque la capacidad para capitalizarlo parece variar notablemente entre operadores.



# 07 Glosario de términos

**Altas netas:** diferencia entre las nuevas líneas activadas y las líneas dadas de baja en un período determinado.

**ARPU (Average Revenue Per User):** indica la cantidad promedio de ingresos generados por cada usuario en un período dado.

**ARPU relativo:** ARPU mensual dividido entre el máximo de la serie histórica.

**BAF (banda ancha fija):** tecnología que permite a los usuarios acceder a internet y a los servicios relacionados a velocidades significativamente más rápidas que las disponibles mediante los servicios sobre línea de teléfono o tradicionales.

**BAM (banda ancha móvil):** tecnología que permite obtener internet en cualquier lugar y momento, siempre que se disponga de cobertura móvil, y puede ofrecer velocidades equiparables a las velocidades de banda ancha por cable.

**Capex (Capital Expenditure):** inversión en activos de larga duración, como infraestructura de red, equipos y tecnología.

**Churn:** : tasa de cancelación o abandono de clientes. Se calcula dividiendo el número de clientes perdidos en un período entre el número de clientes al inicio del período, y multiplicándolo por 100 para conocer cuántos clientes dejan de utilizar los servicios de un proveedor en un tiempo determinado.

**Cuota de mercado:** participación porcentual de un operador respecto al total del mercado (clientes, ingresos, etc.).

**Demanda (prepago):** modalidad de acceso sin contrato, caracterizada por su flexibilidad y menor consumo medio por usuario.

**Espectro (Spectrum):** rango de frecuencias utilizadas para la transmisión de señales de telecomunicaciones.

**FTTH (Fiber-To-The-Home):** fibra óptica hasta el hogar, una tecnología de acceso de banda ancha que proporciona conexiones de alta velocidad utilizando cables de fibra óptica directamente a los hogares.

**HFC (Hybrid Fiber Coaxial):** red de telecomunicaciones que combina fibra óptica y cable coaxial para brindar servicios de banda ancha y televisión por cable.

**Ingreso por cliente (ARPU nominal):** ingreso mensual promedio generado por cada línea activa.

**Ingreso por GB:** indicador que relaciona ingresos con volumen de datos consumidos, utilizado para evaluar estrategias comerciales.

**MNO (Mobile Network Operator):** empresas que poseen y operan sus propias infraestructuras de red para ofrecer servicios de comunicación móvil.

**Modalidad de acceso móvil:** clasificación entre suscripción y demanda como formas de conectarse a servicios móviles.

**MVNOs (Mobile Virtual Network Operators):** empresas de telecomunicaciones que ofrecen servicios de telefonía móvil sin tener su propia infraestructura de red, alquilando la capacidad de red de otros operadores móviles.

**OMV (operador móvil virtual):** empresa de telecomunicaciones que ofrece servicios de telefonía móvil sin poseer su propia infraestructura de red.

**Portabilidad in:** número de líneas que un operador recibe mediante portabilidad desde otros operadores.

**Portabilidad neta:** balance entre líneas ganadas y perdidas por portabilidad.

**Portabilidad out:** número de líneas que un operador pierde por portabilidad hacia otros operadores.

**Portability churn:** relación entre las líneas port-out y el total de líneas móviles activas de un operador.

**RAN Sharing:** acuerdo entre operadores para compartir infraestructuras de acceso radio (RAN), optimizando costes y cobertura sin perder independencia comercial.

**Suscripción (postpago):** modalidad de acceso móvil con contrato mensual, generalmente asociada a mayor consumo y fidelización.

**VoLTE (Voice Over LTE):** tecnología que permite realizar llamadas de voz de mayor calidad utilizando redes LTE (4G).

**xDSL:** conjunto de tecnologías de acceso a internet sobre redes de cobre, como ADSL o VDSL.

## #BarómetroTelcoColombia T2-2025

Informe sobre el sector de las  
telecomunicaciones en Colombia

Calle 93 # 16 - 25  
Bogotá D.C. Colombia

[nae.global](http://nae.global) | [minsait.com](http://minsait.com)