

# #BarómetroTelcoColombia T4-2025

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

## 01 Resumen ejecutivo

### Un cuarto trimestre marcado por la banda ancha fija

El T4-2025 confirma el dinamismo del mercado colombiano de telecomunicaciones, con una evolución positiva de los ingresos en los principales segmentos.

En esta edición, la banda ancha fija adquiere un protagonismo especial: los ingresos asociados alcanzan los 2,55 BCOP, con un crecimiento interanual cercano al 24 %, mientras que el número de hogares conectados sube hasta los 10,25 M, un 11,3 % más que un año antes.

La banda ancha móvil también mantiene una evolución positiva, con un crecimiento interanual de los ingresos del 11 %.

### El mercado móvil se desplaza lentamente hacia la suscripción

La banda ancha móvil prepago, o modalidad “a demanda” según la terminología del regulador, continúa siendo la principal vía de acceso móvil a internet en Colombia, con 27,5 M de clientes.

La modalidad postpago alcanza los 22,24 M de clientes y crece un 3,39 % interanual, frente al descenso del 1,5 % registrado en prepago.

Estos datos apuntan a una evolución gradual hacia modalidades de suscripción, aunque todavía incipiente y pendiente de confirmación.

### Evoluciones diferenciadas entre operadores móviles

El crecimiento del postpago se apoya especialmente en la evolución de Claro, que alcanza los 11,47 M de líneas, con una subida interanual del 10 %. WOM se sitúa en 1,2 M de líneas en esta modalidad, con una variación interanual de -38,2 %.

En la zona intermedia del mercado, Tigo alcanza los 4,06 M de clientes postpago, mientras que Movistar se sitúa en 5,42 M, en un contexto marcado por el proceso de integración entre ambos operadores.

La evolución del mix prepago-postpago muestra diferencias entre operadores. Tigo incrementa el peso relativo del prepago, mientras que Claro gana presencia en postpago. WOM también muestra una mayor orientación relativa hacia el prepago dentro de la composición de su base de clientes.

En paralelo, los operadores móviles virtuales mantienen una presencia estable, con Virgin Mobile y Móvil Éxito como principales actores del segmento, con 404 K y 465 K clientes, respectivamente.

### Una brecha de uso que sigue ampliándose

La diferencia entre los patrones de consumo de clientes prepago y postpago continúa aumentando y alcanza los 11,2 GB mensuales por cliente.

El análisis por operador muestra perfiles de consumo diferenciados. En prepago, Movistar registra un consumo medio de 10,6 GB/mes, mientras que Claro se sitúa en 7,2 GB/mes.

En postpago, Movistar alcanza los 14,8 GB/mes, Claro los 20,5 GB/mes y WOM registra 29,4 GB/mes.

La distancia entre modalidades también varía según operador: la brecha se sitúa en 13,3 GB/mes en Claro y en 20,8 GB/mes en WOM, mientras que Tigo y Movistar registran brechas más reducidas, de 9,1 GB/mes y 4,0 GB/mes, respectivamente.

### Uso e ingresos mantienen diferencias entre modalidades

Los distintos patrones de uso se reflejan también en los niveles de ingreso. En T4-2025, un cliente prepago genera de media 10.322 COP/mes en banda ancha móvil, mientras que un cliente postpago alcanza los 32.113 COP/mes.

Por operador, en prepago Tigo registra 13.660 COP/mes por cliente, frente a los 11.253 COP/mes de Claro. En postpago, Movistar alcanza los 23.655 COP/mes y Claro los 37.120 COP/mes.

### El tráfico móvil recupera dinamismo

A nivel agregado, el tráfico total de datos móviles crece un 15,3 % interanual en T4-2025, tras haber alcanzado su mínimo de la serie recientemente. La evolución de Colombia muestra una dinámica comparable a la observada en otros mercados, como España, aunque con cierto desfase temporal.

Por operador, la evolución es desigual. Movistar registra un crecimiento interanual del tráfico del 34,8 %, mientras que WOM presenta una variación del -16,3 %.

En precios unitarios, los principales operadores muestran cierta aproximación en torno a los 1.700 COP/GB en prepago y los 1.800 COP/GB en postpago.

### La banda ancha fija gana escala y diversifica sus actores

La banda ancha fija presenta una estructura cada vez más diversa. Claro mantiene el liderazgo con 3,5 M de hogares conectados, mientras que el grupo “Otros” alcanza los 2,74 M de accesos y concentra una parte relevante del crecimiento reciente del mercado.

La evolución tecnológica del acceso fijo continúa marcada por la expansión de FTTH. La fibra alcanza los 5,65 M de hogares conectados y se consolida como la tecnología más utilizada, por delante de HFC, que se sitúa en 3,86 M de hogares.

El segmento de “otras tecnologías” también vuelve a crecer, apoyado en soluciones satelitales como Starlink, que alcanza los 0,16 M de clientes. En conjunto, esta categoría llega a 0,71 M de accesos.

### La transición tecnológica avanza a ritmos distintos

Las trayectorias por operador muestran ritmos distintos en la transición tecnológica del acceso fijo. Claro incrementa su base FTTH hasta 1,18 M de clientes, frente a los 2,14 M de HFC.

Tigo, por su parte, mantiene crecimiento sobre su base histórica HFC, que alcanza los 1,57 M de hogares conectados.

## Ingresos y estratos en el acceso fijo

El ingreso por hogar muestra diferencias entre operadores. Claro incrementa su ingreso promedio hasta situarse en torno a 58.768 COP/mes, mientras que Tigo se sitúa en niveles próximos a los 82.727 COP/mes.

El análisis por estrato socioeconómico muestra también diferencias relevantes. En el estrato 1, el grupo “Otros” concentra 0,92 M de hogares conectados. En el estrato 2, Claro mantiene la mayor base, con 1,34 M de hogares, mientras que el grupo “Otros” alcanza 1 M de accesos.

## Portabilidad: diferencias relevantes entre operadores

El análisis de los datos de portabilidad muestra diferencias significativas entre operadores. Claro alcanza el nivel más bajo de la serie analizada, con 3,4 % mensual, mientras que Tigo se sitúa en 11,4 % y WOM en 15,5 %.

La portabilidad saliente mantiene a Tigo en valores negativos de portabilidad neta durante los últimos trimestres, en un contexto marcado por la próxima integración con Movistar.

## Un mercado en transformación, con la conectividad fija como motor

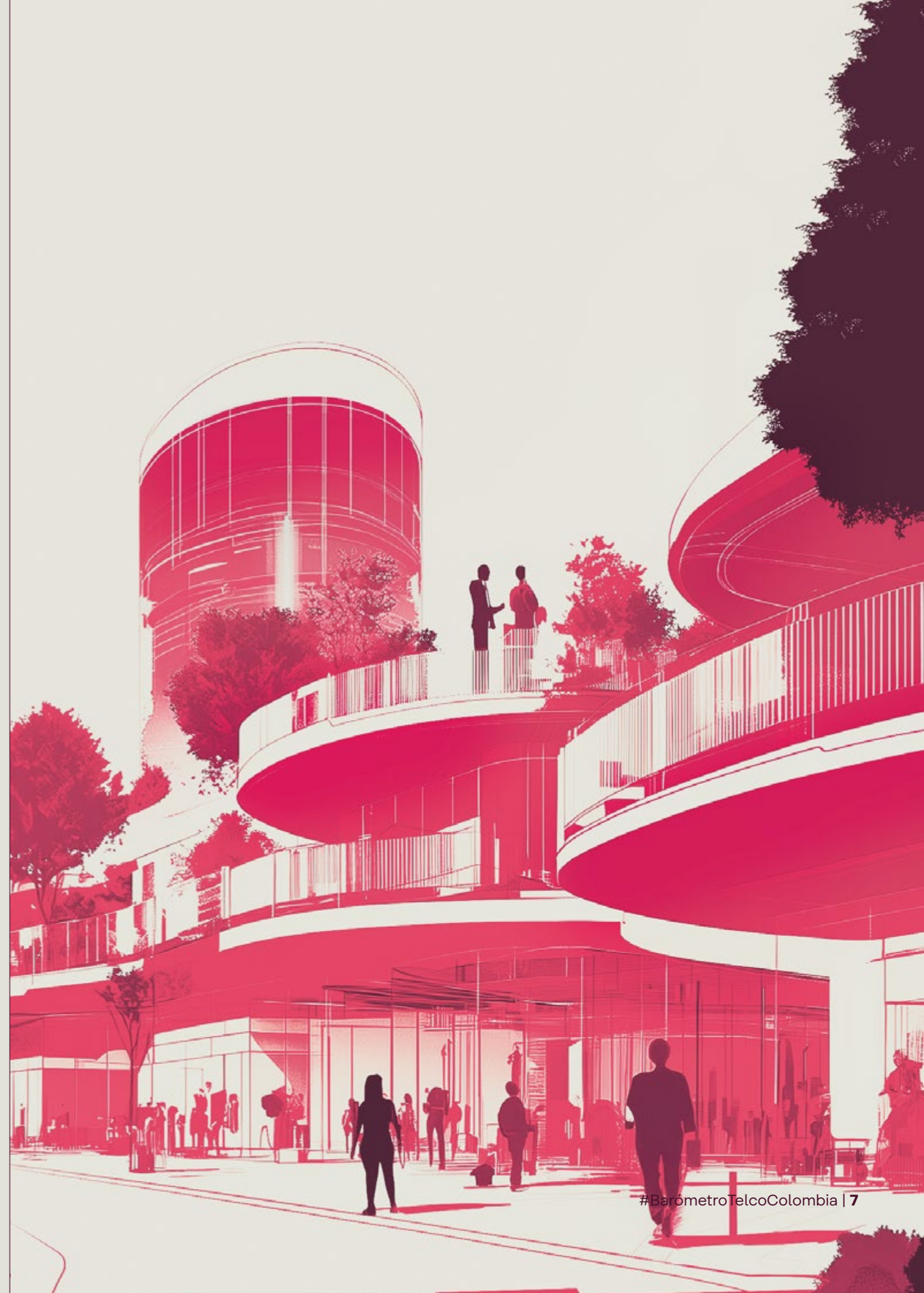
El mercado colombiano de telecomunicaciones continúa atravesando una fase de transformación, marcada por la evolución del mix prepago-pospago, la integración de Tigo y Movistar, los ajustes en la base de clientes de WOM, la estabilidad de los OMV y el crecimiento de nuevos actores en banda ancha fija.

En esta edición, la principal señal de cambio se concentra en la conectividad fija: crecen los hogares conectados, aumentan los ingresos asociados, la fibra gana centralidad y el grupo “Otros” consolida su peso dentro del mercado.

La oportunidad de ampliar el acceso a la conectividad sigue siendo uno de los principales ejes de crecimiento del sector.



**Joaquín Guerrero García**  
 Director de Nae  
[joaquin.guerrero@nae.global](mailto:joaquin.guerrero@nae.global)



## 02 Ingresos del sector

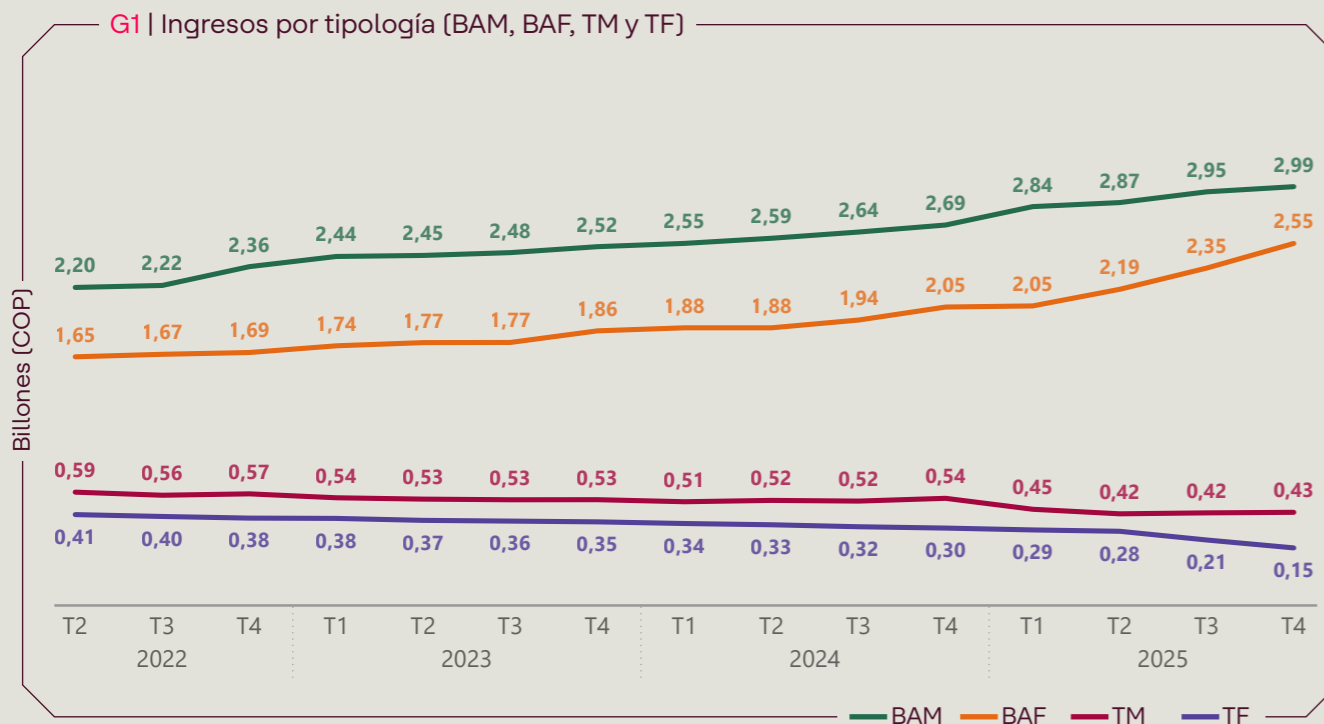
### La banda ancha fija acelera el crecimiento del sector

Los ingresos por servicios de telecomunicaciones mantienen una evolución positiva en Colombia, con crecimientos en los principales segmentos del mercado.

La **banda ancha fija** destaca especialmente por la aceleración observada durante el periodo, con unos **ingresos que pasan de 2,05 BCOP a 2,55 BCOP**, lo que representa un crecimiento cercano al 24 %.

La **banda ancha móvil** mantiene también una evolución relevante, con un **incremento interanual del 11 %**, consolidando el dinamismo de los servicios de conectividad en el mercado colombiano.

En conjunto, estas cifras reflejan **un entorno de crecimiento sostenido para la industria** de las telecomunicaciones en el país.



## 03 Banda ancha móvil

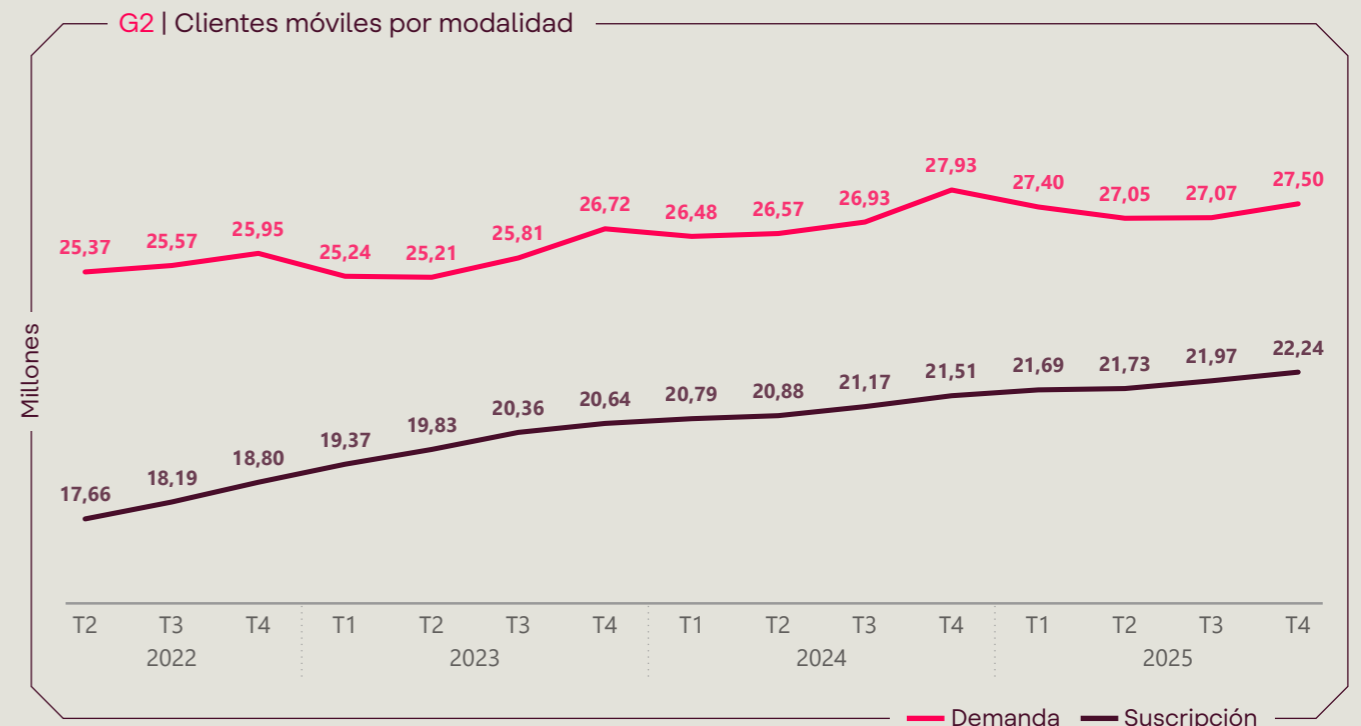
### El mercado móvil se desplaza lentamente hacia la suscripción

La **banda ancha móvil prepago**, con **27,50 M de líneas**, continúa siendo la **principal vía de acceso a internet móvil** en Colombia.

Como segmento de gran volumen, mantiene además una marcada estacionalidad, con incrementos de actividad durante la campaña de final de año.

Sin embargo, la evolución interanual de ambas modalidades muestra dinámicas diferenciadas. **Mientras el número de clientes prepago desciende un 1,5 %, la base pospago crece un 3,4 %**, hasta alcanzar los 22,24 M de líneas.

Estas cifras reflejan una **evolución gradual del mercado móvil hacia modelos de suscripción**, aunque el prepago continúa concentrando la mayor parte de las líneas del país.



### Prepago y suscripción mantienen un mercado equilibrado

El prepago continúa representando la mayor parte del mercado móvil colombiano, con un 55 % del total de líneas en T4-2025.

Durante el último año, la distribución entre modalidades muestra una variación gradual, con un incremento del peso relativo del pospago hasta el 45 % del mercado.

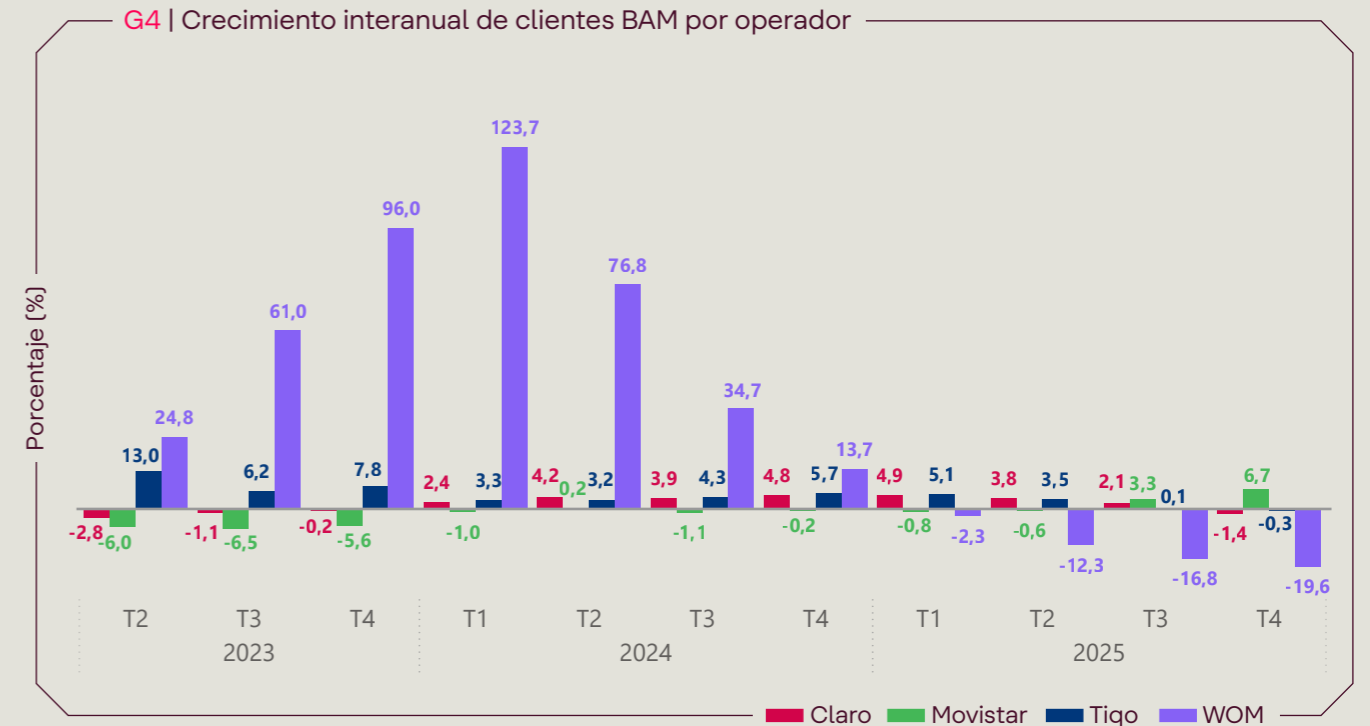
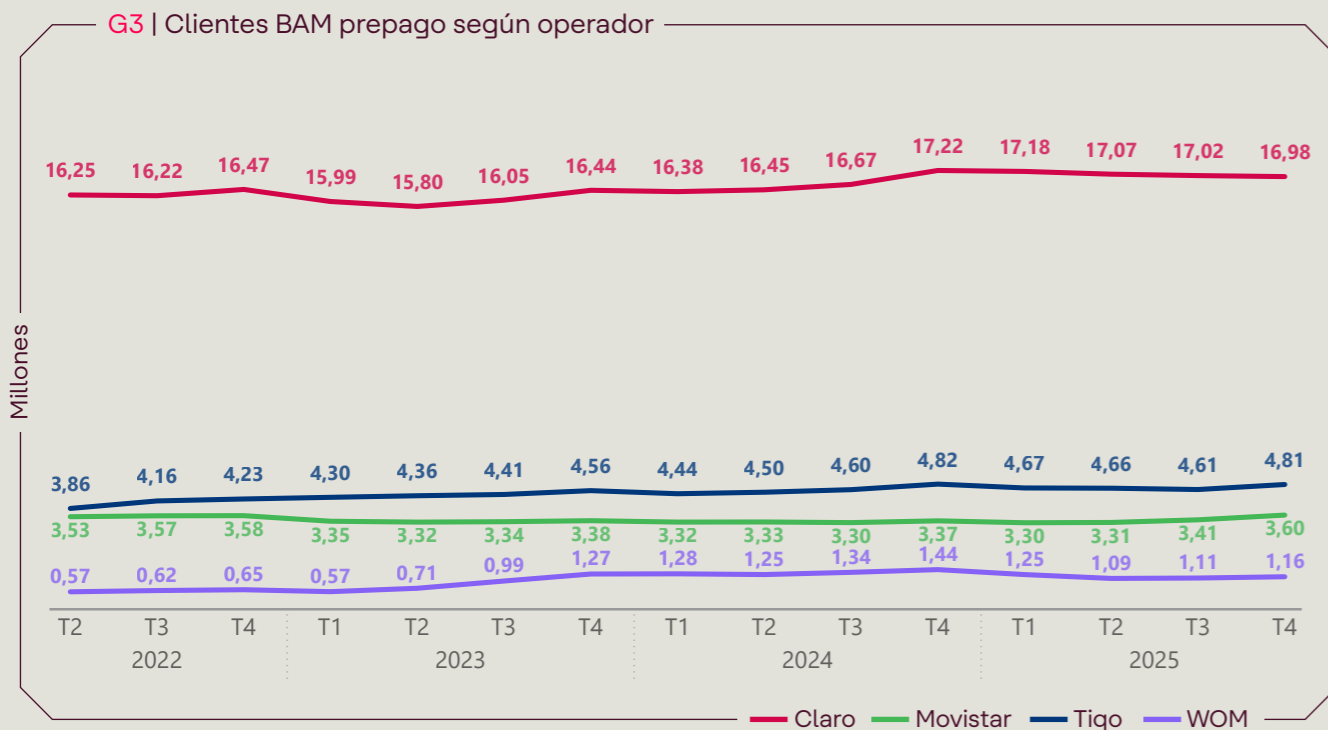
T4-2024	T4-2025
56 % Prepago	55 % Prepago
44 % Suscripción	45 % Suscripción

## Claro sigue marcando el ritmo del prepago

El análisis por operador del segmento prepago confirma **el liderazgo de Claro, con 16,98 M de clientes**.

La evolución interanual de su base, desde los 17,22 M registrados un año antes, coincide con parte del ajuste observado en el número total de líneas prepago.

Por su parte, **WOM registra una variación interanual del -19,6 %, tras pasar de 1,44 M a 1,16 M de líneas** en el periodo analizado.



## La estructura del prepago cambia de forma gradual

La distribución del mercado prepago mantiene una estructura estable entre operadores durante el último año.

Claro conserva una participación del 62 % del segmento, mientras que Movistar incrementa ligeramente su peso relativo hasta el 13 %.

Tigo mantiene una cuota estable y tanto WOM como el grupo "Otros" reducen su participación respecto al ejercicio anterior.

	Claro	Movistar	Tigo	WOM	Otros
T4-2024	62 %	12 %	17 %	5 %	4 %
T4-2025	62 %	13 %	17 %	4 %	3 %

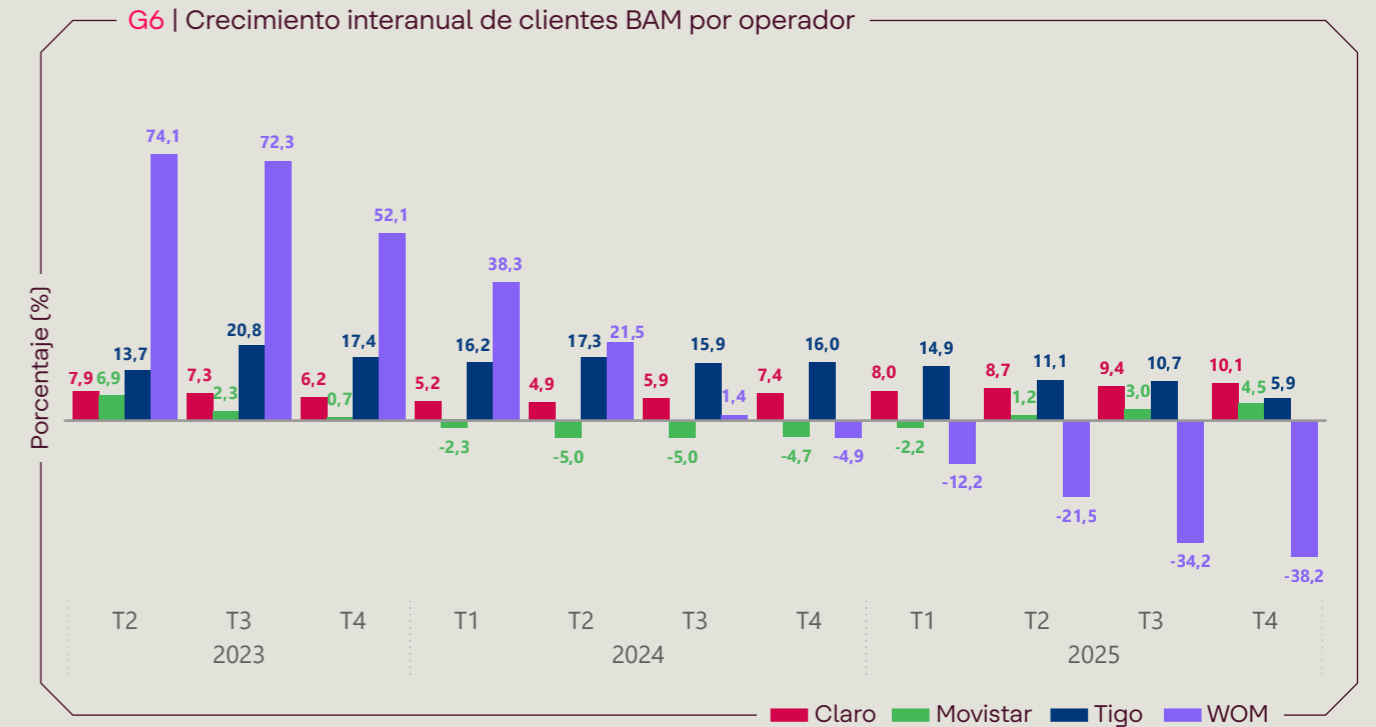
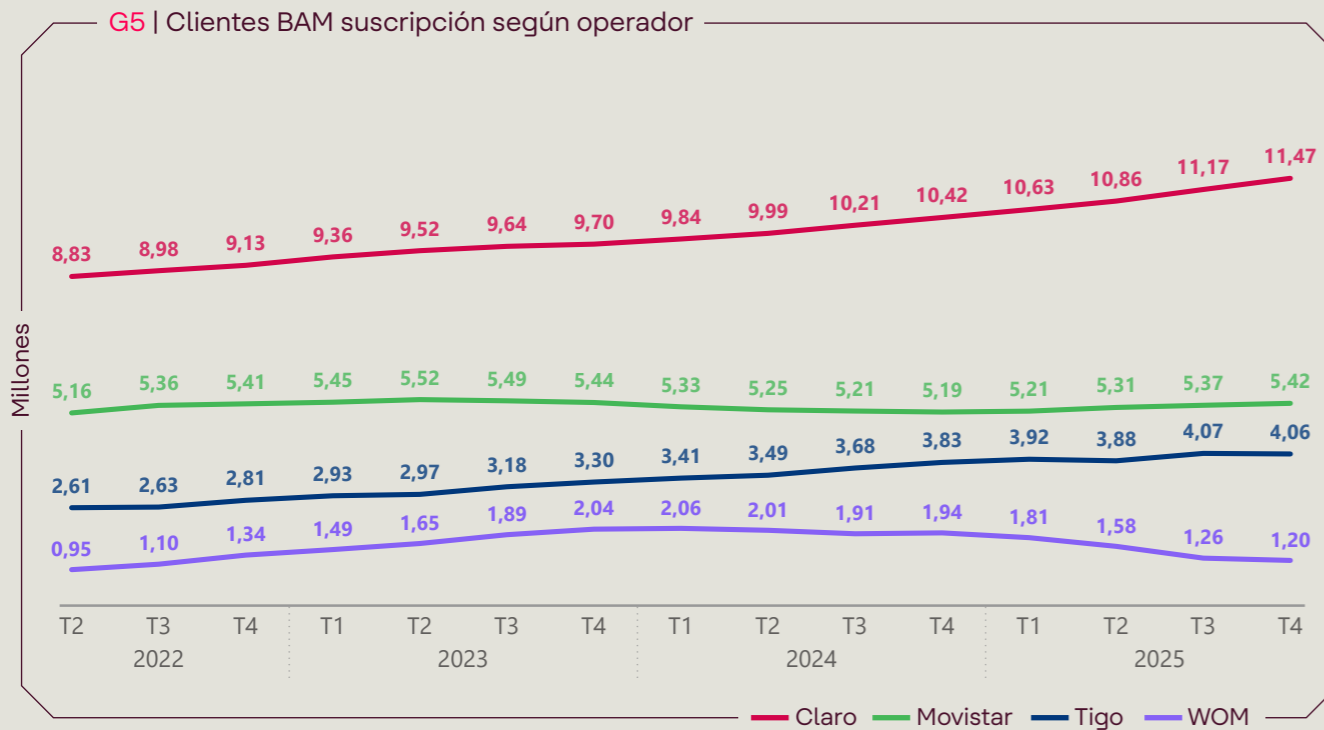
## El crecimiento del pospago se reparte de forma desigual

El comportamiento del segmento pospago mantiene una tendencia de crecimiento entre los principales operadores del mercado.

**Claro incrementa su base un 10 % interanual y alcanza los 11,47 M de líneas**, reforzando su posición en el segmento.

Por su parte, **WOM registra 1,20 M de líneas**, con una variación interanual de -38,2 %.

En la zona intermedia del mercado, **Tigo alcanza los 4,06 M de clientes**, mientras que **Movistar se sitúa en 5,42 M de líneas**.



## Cambios graduales en la cuota del mercado pospago

La distribución del mercado pospago mantiene una estructura relativamente estable entre operadores.

Claro incrementa su participación del 49 % al 51 % interanual, mientras que Movistar y Tigo mantienen cuotas similares a las del ejercicio anterior.

WOM reduce su peso relativo dentro del segmento durante el periodo analizado y el grupo "Otros" incrementa ligeramente su participación.

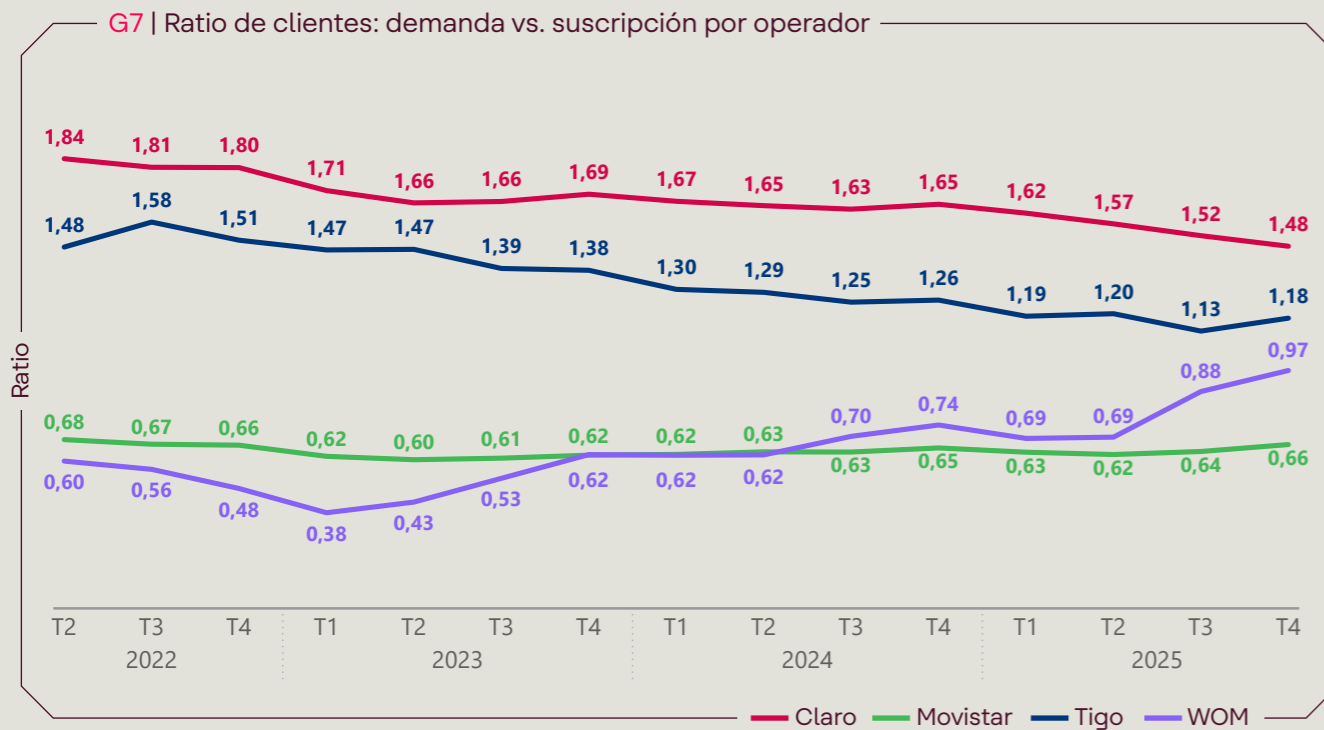
	Claro	Movistar	Tigo	WOM	Otros
T4-2024	49 %	24 %	18 %	9 %	0,47 %
T4-2025	51 %	24 %	18 %	5 %	0,63 %

## El prepago tiene pesos muy distintos según operador

El nivel de orientación hacia modelos prepago y pospago continúa mostrando diferencias relevantes entre operadores.

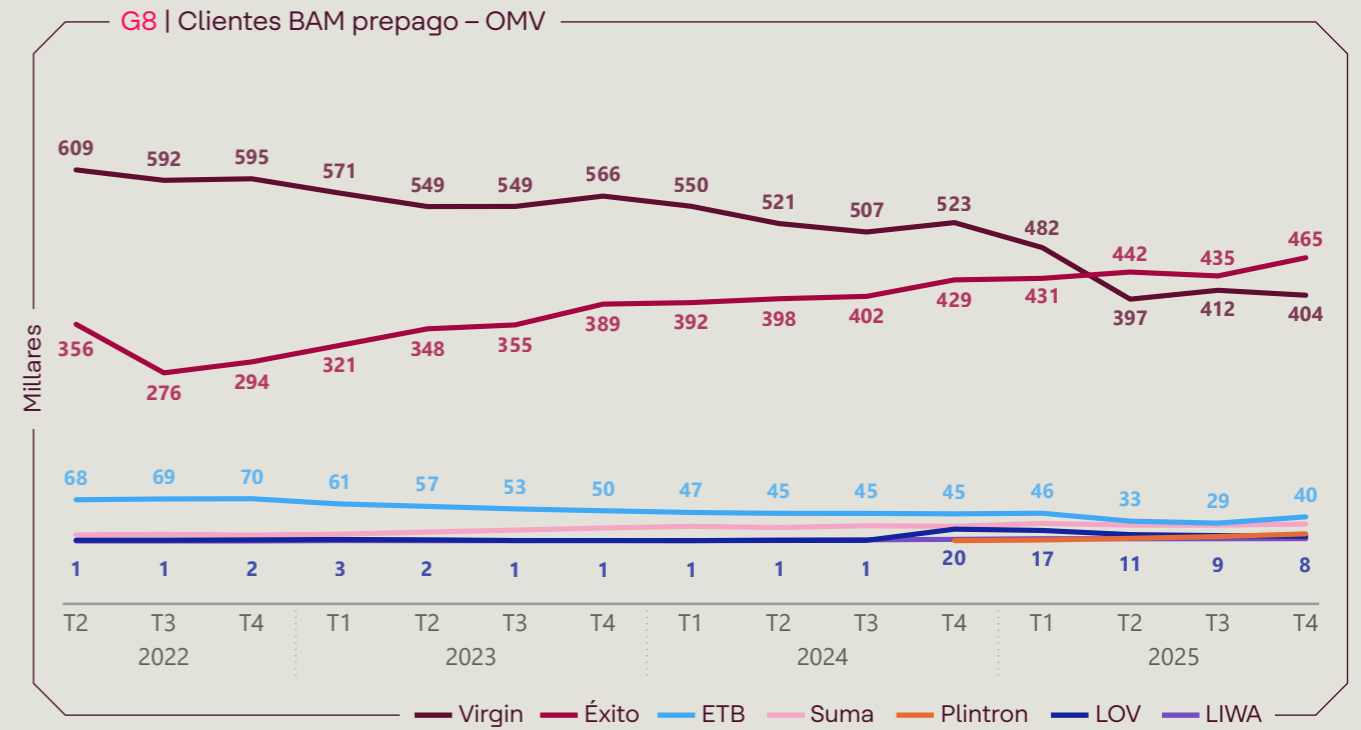
**Claro mantiene el mayor peso relativo de líneas prepago** dentro del mercado móvil, aunque el ratio evoluciona respecto al registrado un año antes.

**Tigo registra un incremento del peso relativo del prepago** coincidiendo con la campaña de final de año, mientras que **WOM presenta una evolución diferenciada** en la composición de su base de clientes.



## Los OMV conservan una presencia limitada

El segmento de operadores móviles virtuales (OMV) mantiene un volumen estable y continúa concentrado principalmente entre **Virgin Mobile y Móvil Éxito, con 404 K y 465 K clientes, respectivamente.**

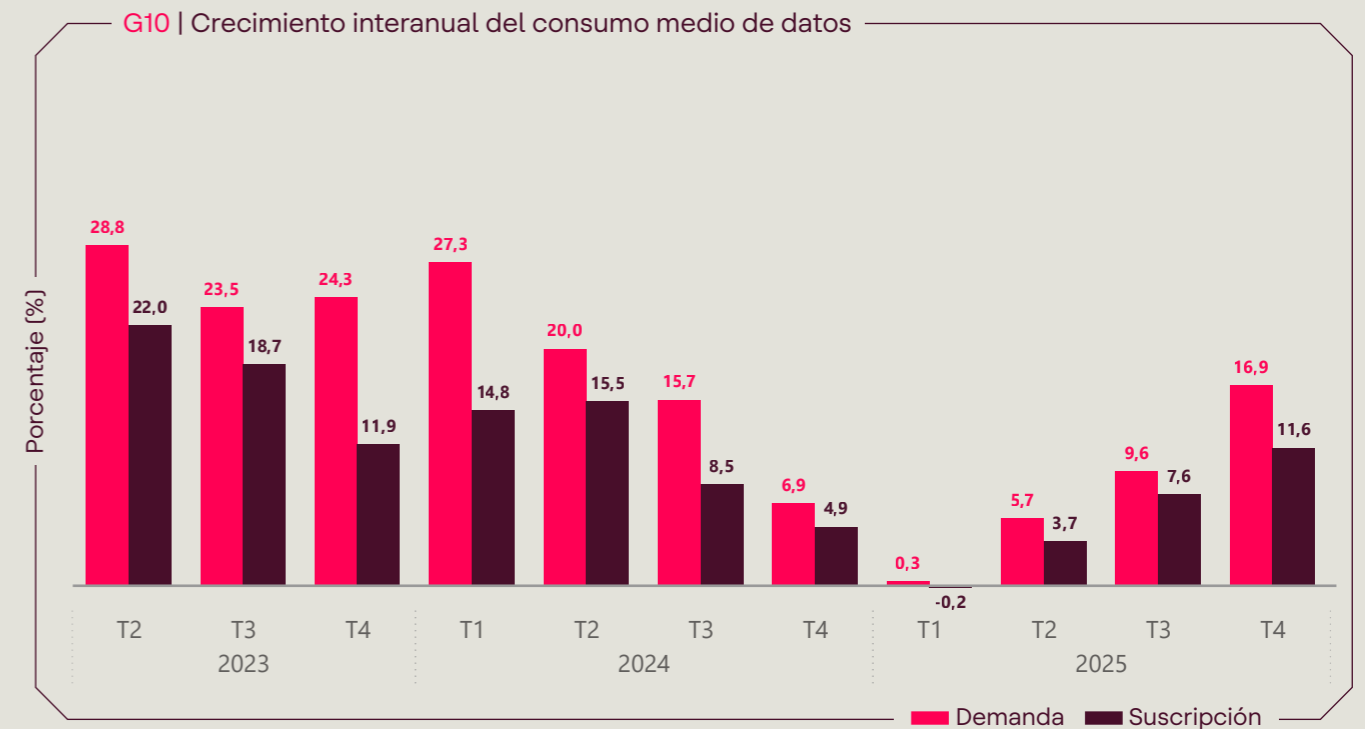
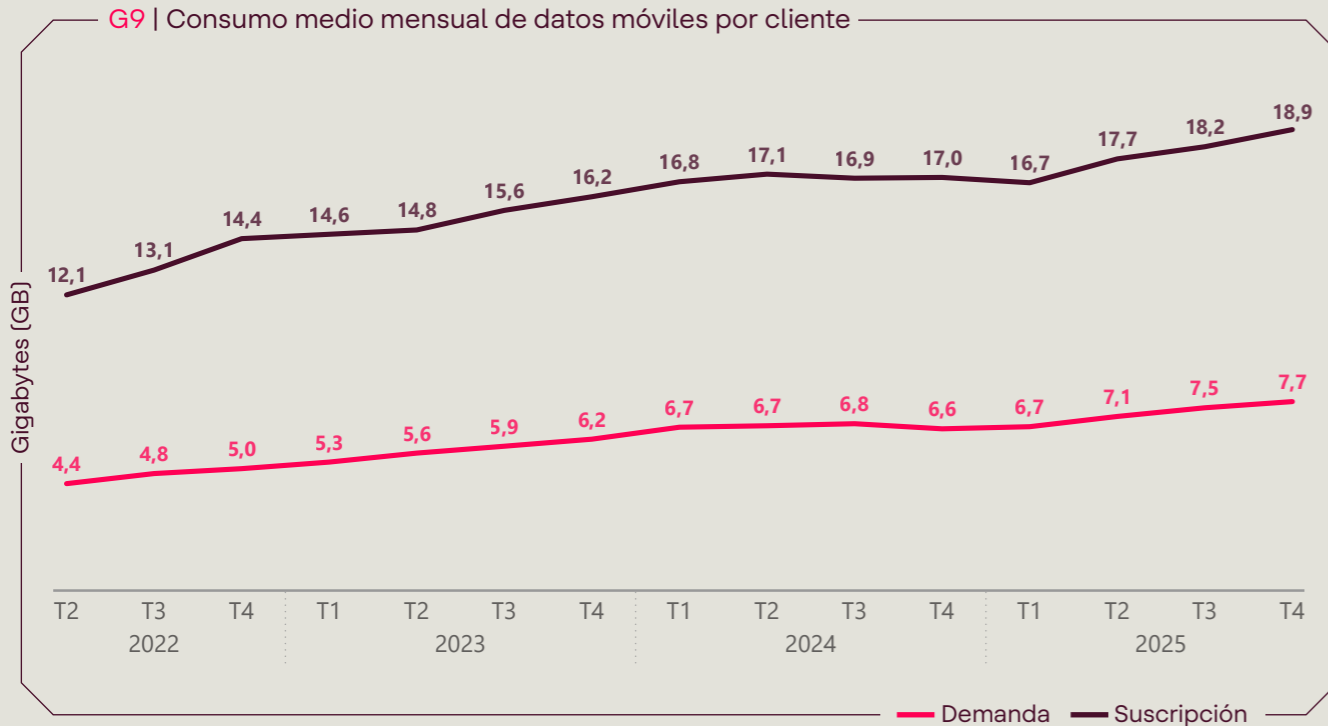


## La distancia entre prepago y pospago sigue creciendo

La **diferencia entre los patrones de consumo** de clientes prepago y pospago continúa siendo uno de los rasgos característicos del mercado móvil colombiano.

Durante el último año, **la brecha de uso entre ambas modalidades aumenta hasta situarse en 11,2 GB mensuales por cliente.**

Las diferencias de consumo entre modalidades están presentes en múltiples mercados. En Colombia, sin embargo, adquieren una relevancia particular debido al peso que mantiene **el acceso “a demanda” o prepago como principal vía de acceso a internet móvil.**



## El prepago mantiene su peso en el mercado móvil

El prepago continúa concentrando la mayor parte de las líneas móviles del mercado colombiano, con un 71 % del total en T4-2025.

Durante el último año, la distribución entre modalidades muestra una variación limitada, con un ligero incremento del peso relativo del pospago.

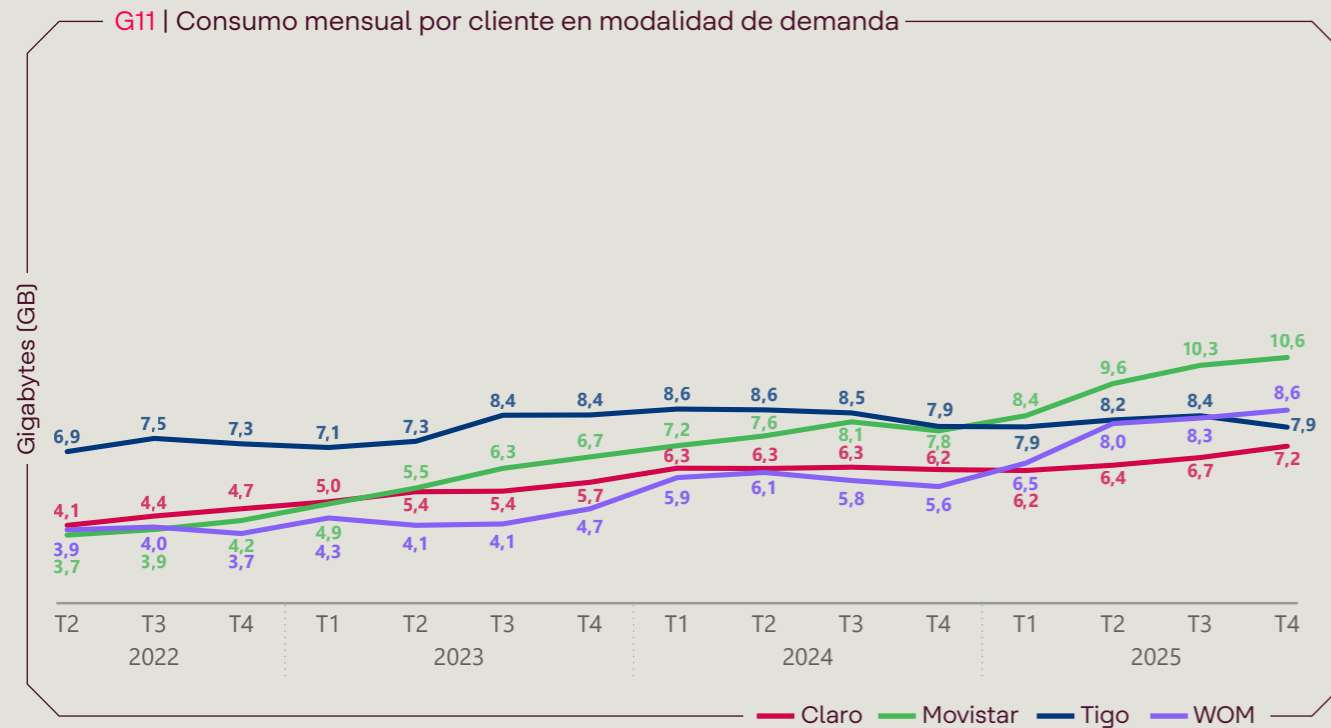
T4-2024	T4-2025
28 % Prepago	29 % Prepago
72 % Suscripción	71 % Suscripción

## El prepago acelera su consumo de datos

El consumo promedio de los clientes de **Claro** se situó en **7,2 GB mensuales**, con un crecimiento interanual del 53,6 %.

En **Movistar**, el consumo alcanzó los **10,6 GB mensuales**, tras crecer un 34 % respecto al año anterior.

Aunque persisten diferencias entre operadores, los datos reflejan una **aproximación gradual entre Claro y Tigo en los niveles de consumo** asociados al segmento prepago.

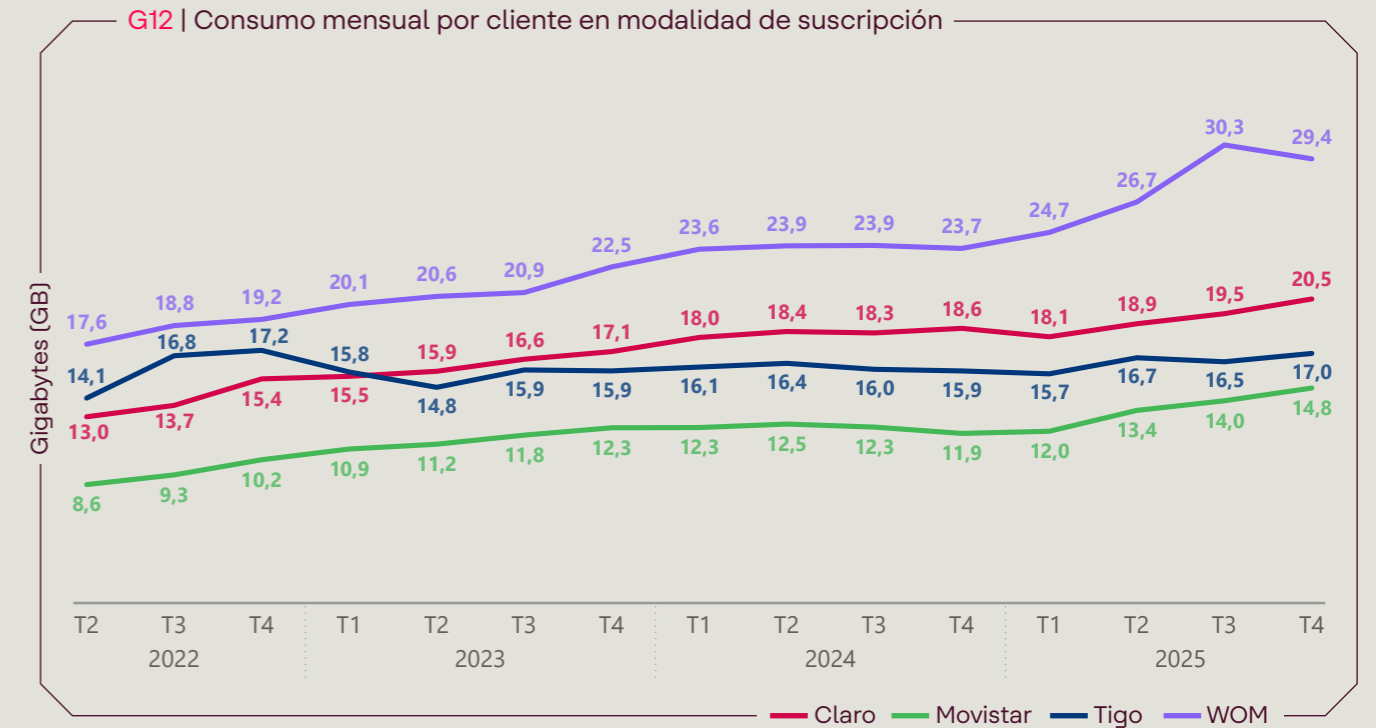


## El postpago dibuja perfiles de consumo muy distintos

En los servicios prestados bajo modalidad postpago, las diferencias de consumo entre operadores continúan siendo relevantes.

Los clientes de **Movistar** registraron un **consumo medio de 14,8 GB mensuales**, mientras que **los de Claro** alcanzaron los **20,5 GB**, con crecimientos interanuales del 24 % y del 10 %, respectivamente.

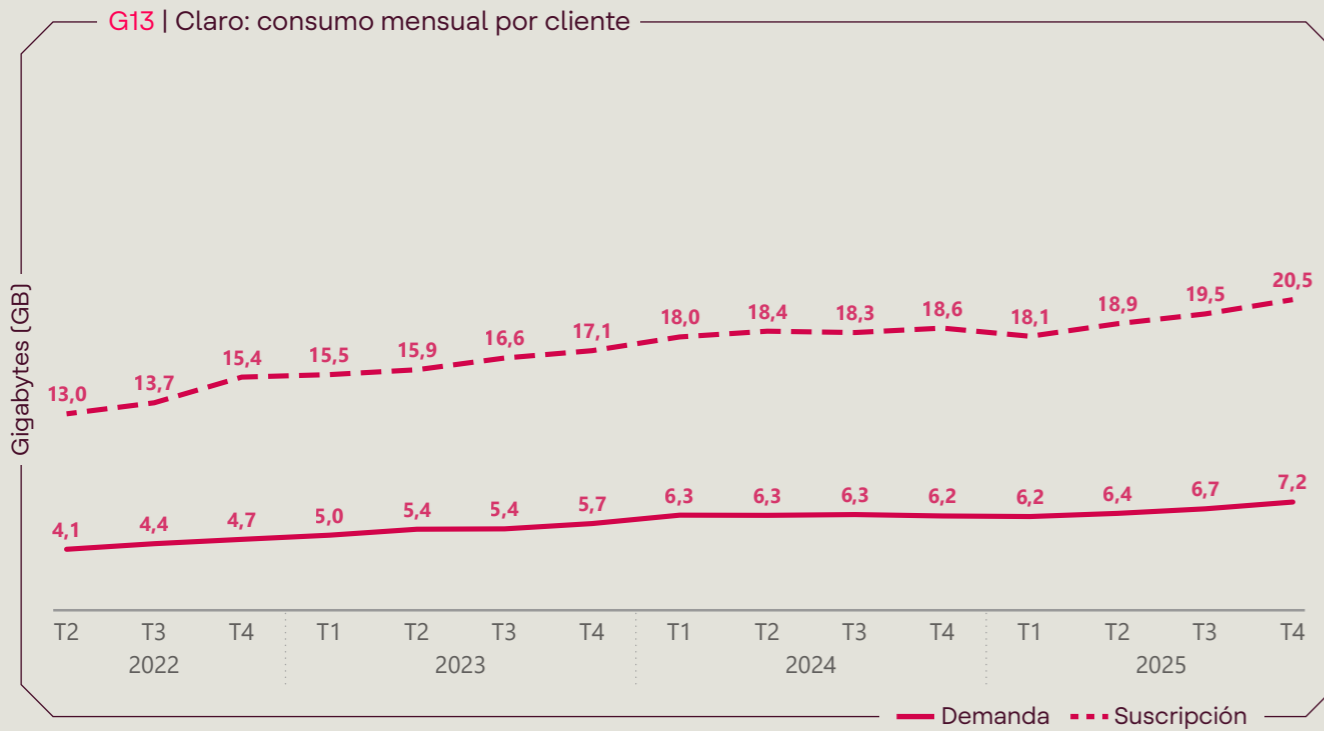
**WOM** mantiene el mayor nivel de tráfico medio por cliente dentro del segmento, **con 29,4 GB mensuales** durante el periodo analizado.



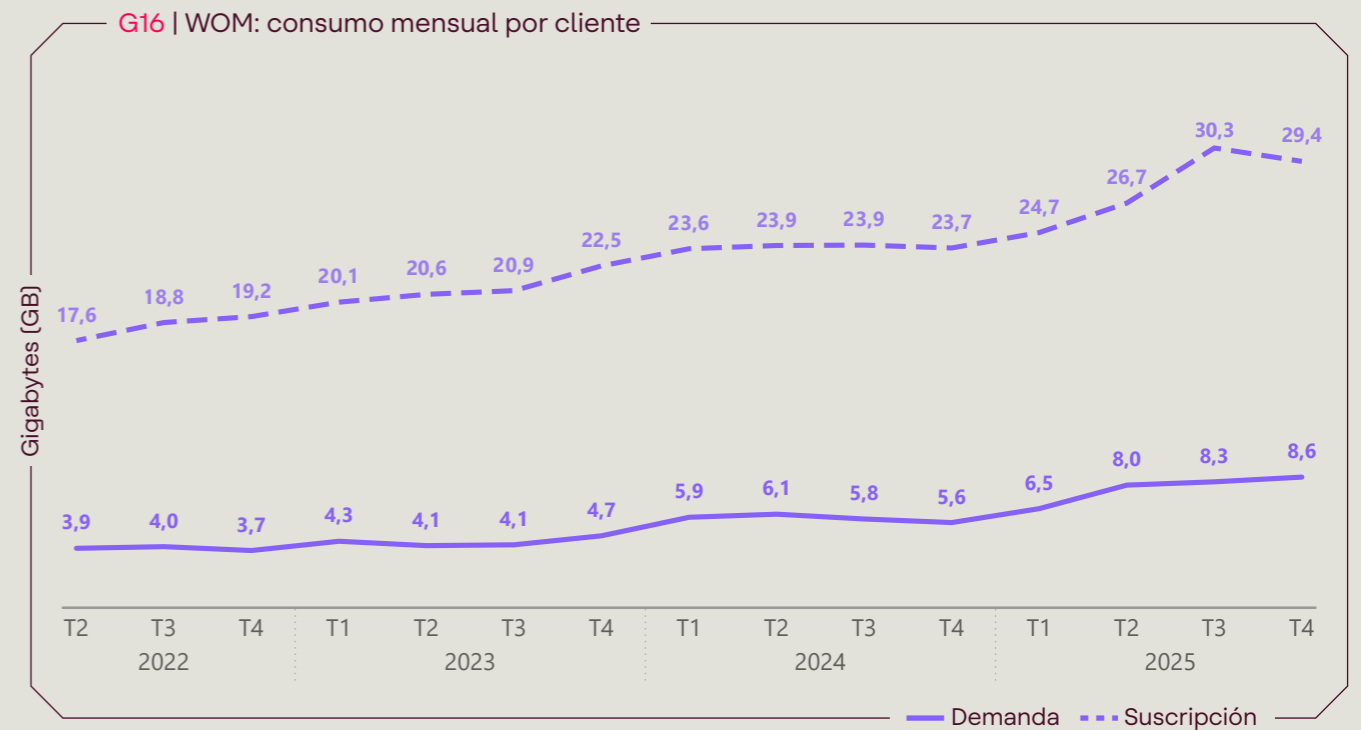
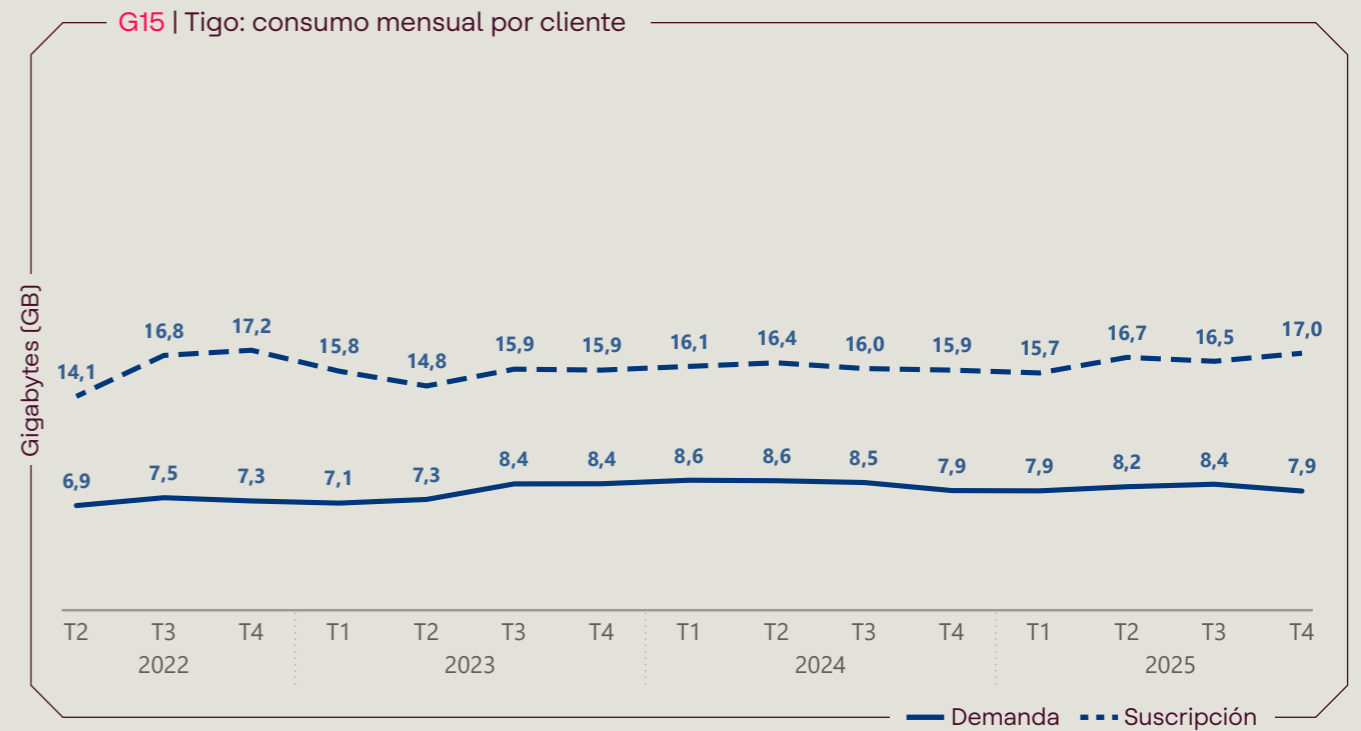
## Cada operador tiene su propia brecha de consumo

Las diferencias de consumo entre clientes prepago y pospago muestran comportamientos distintos según operador.

**En Claro, la brecha** entre ambas modalidades **se sitúa en 13,3 GB mensuales por cliente,** mientras que **en WOM alcanza los 20,8 GB.**



**Movistar registra una diferencia de 4,2 GB mensuales** entre prepago y pospago, mientras que **en Tigo la distancia entre ambas modalidades se sitúa en 9,1 GB** durante el periodo analizado.



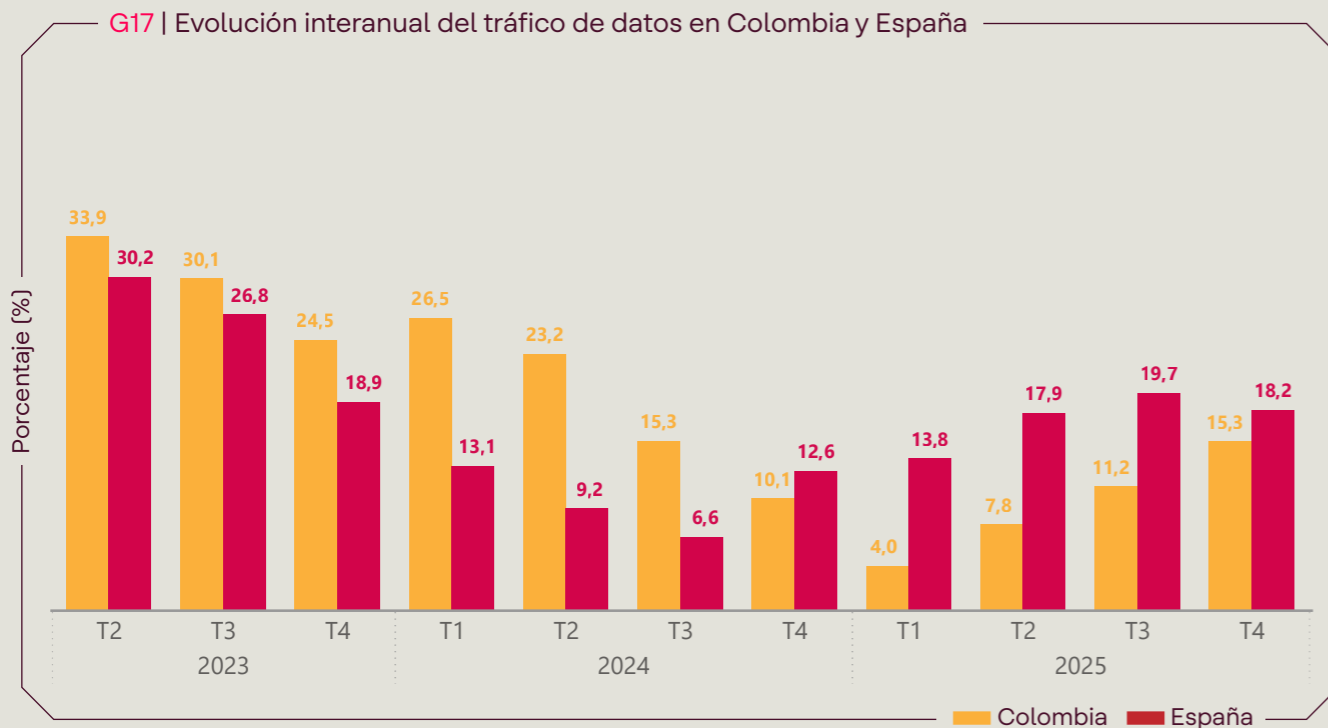
## Colombia y España muestran ciclos de crecimiento comparables

La evolución del tráfico de datos móviles en **Colombia y España muestra patrones de crecimiento comparables**, aunque con un desfase temporal entre ambos mercados.

En **España**, el crecimiento interanual del tráfico **pasó del 30,2 % en T2-2023 al 6,6 % en T3-2024, antes de estabilizarse en niveles próximos al 18 % durante 2025.**

En **Colombia**, la desaceleración se produjo más tarde: el crecimiento interanual descendió **desde el 33,9 % registrado en T2-2023 hasta el 4,0 % en T1-2025.** Posteriormente, el tráfico **recuperó dinamismo hasta alcanzar un crecimiento del 15,3 % en T4-2025.**

La comparación entre ambos mercados refleja dinámicas similares de evolución del tráfico, aunque desplazadas temporalmente entre sí.



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

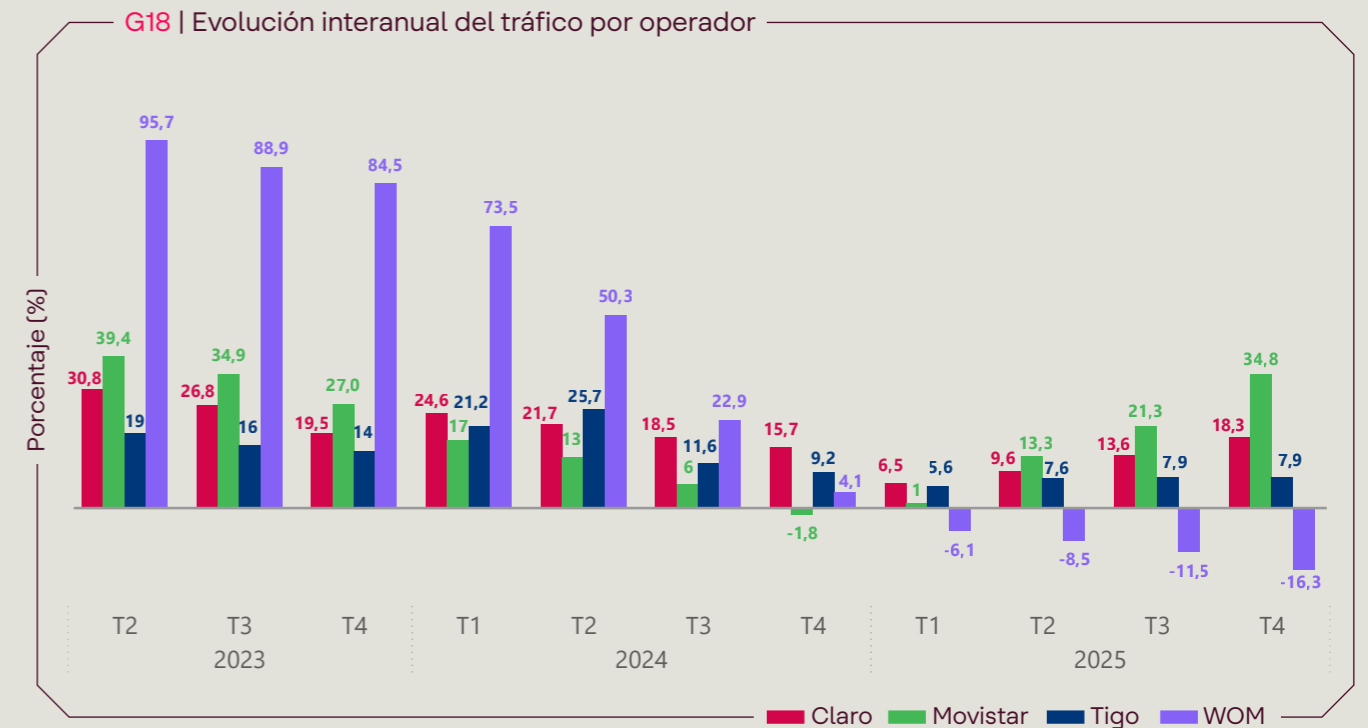
## El tráfico cambia de velocidad según operador

La evolución interanual del tráfico móvil continúa mostrando diferencias entre operadores.

En **WOM**, el tráfico cursado por la red mantiene tasas negativas durante 2025 y cierra el cuarto trimestre con una **variación interanual del -16,3 %**, en línea con la evolución observada en su base de clientes durante el periodo analizado.

En **Movistar**, por el contrario, el crecimiento del consumo medio por usuario y de la base de clientes impulsa una aceleración progresiva del tráfico, que alcanza un **crecimiento interanual del 34,8 %** en T4-2025.

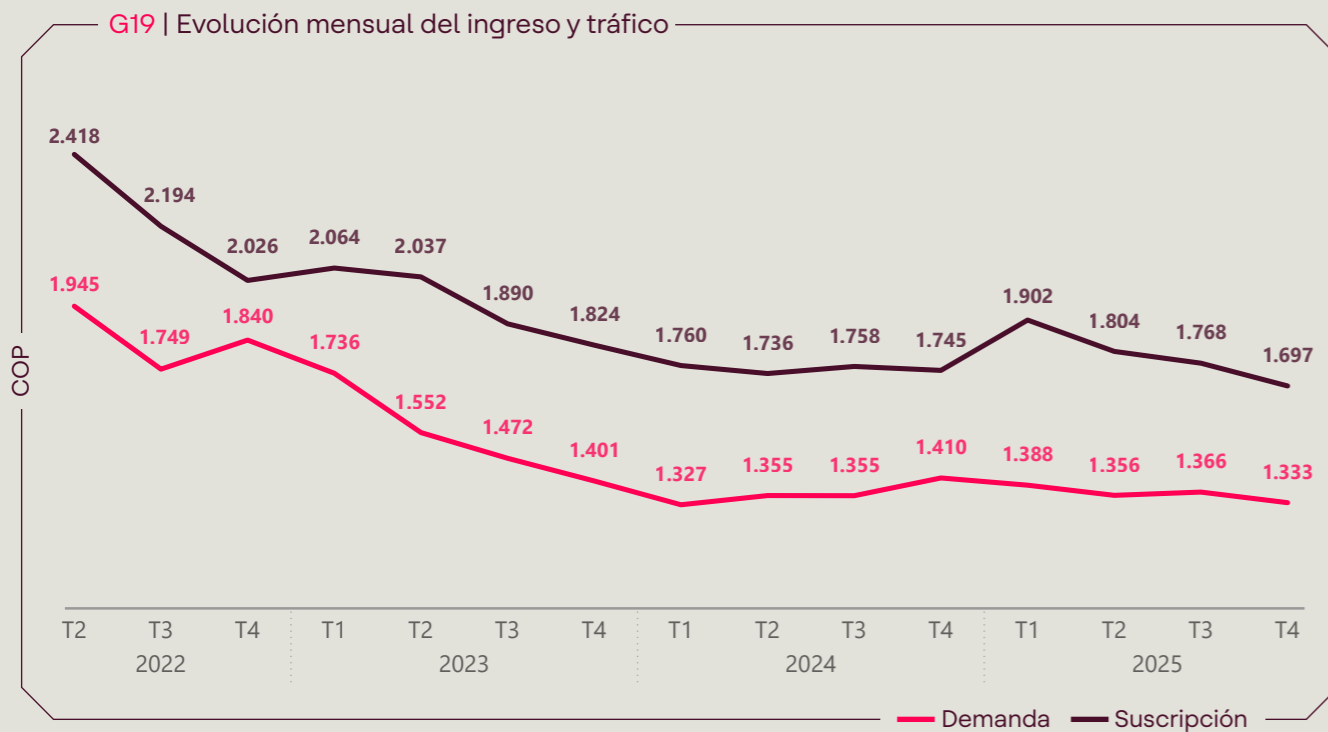
**Claro y Tigo** registran evoluciones más moderadas durante el mismo periodo, **con variaciones interanuales del 18,3 % y del 7,9 %**, respectivamente.



## El precio del GB deja de caer al mismo ritmo

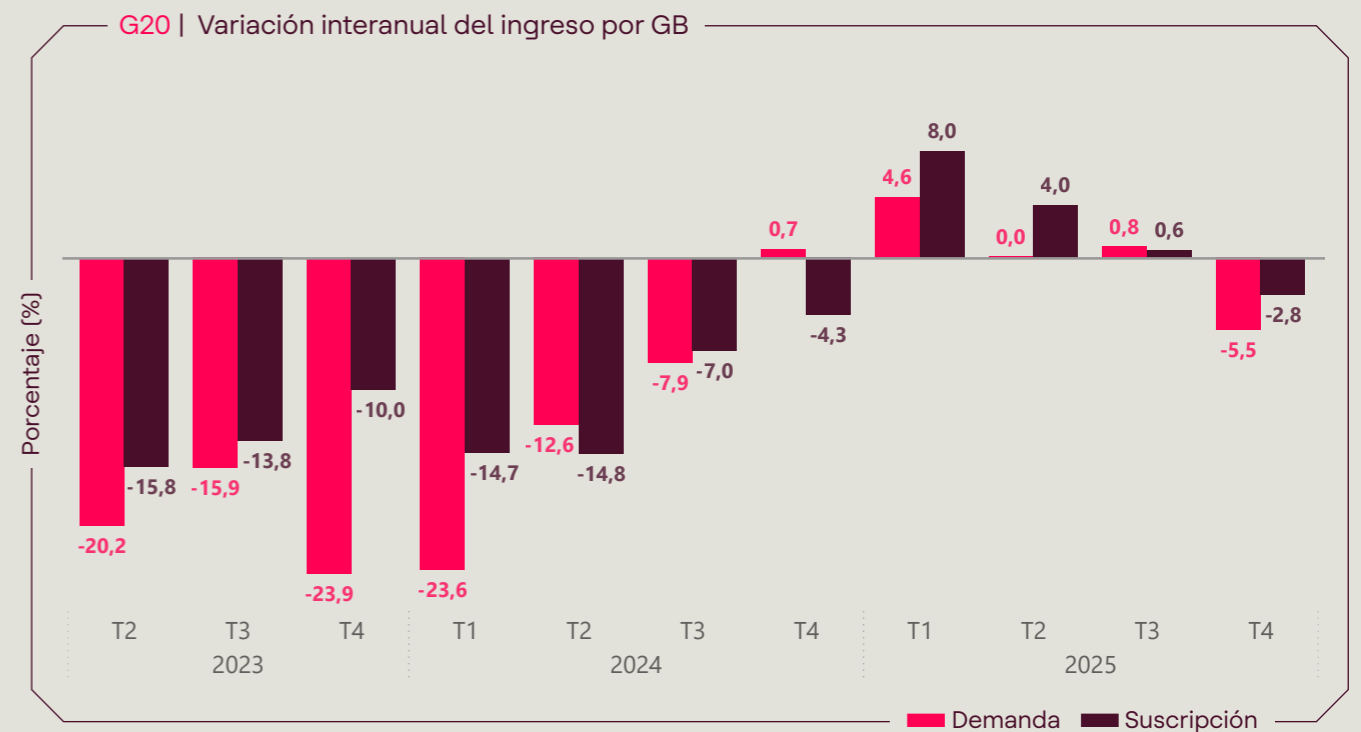
El ingreso unitario por GB muestra una evolución similar en las modalidades prepago y pospago, con señales de estabilización durante 2025.

**En prepago** [demanda], **el ingreso por GB pasa de 1.410 COP en T4-2024 a 1.333 COP en T4-2025**, mientras que **en pospago** [suscripción] **evoluciona desde 1.745 COP hasta 1.697 COP** durante el mismo periodo.



La variación interanual del ingreso por GB refleja además una moderación progresiva de los descensos observados en ejercicios anteriores. Tras registrar caídas superiores al 20 % durante 2023 y comienzos de 2024, ambas modalidades muestran variaciones más contenidas e incluso crecimientos puntuales durante 2025.

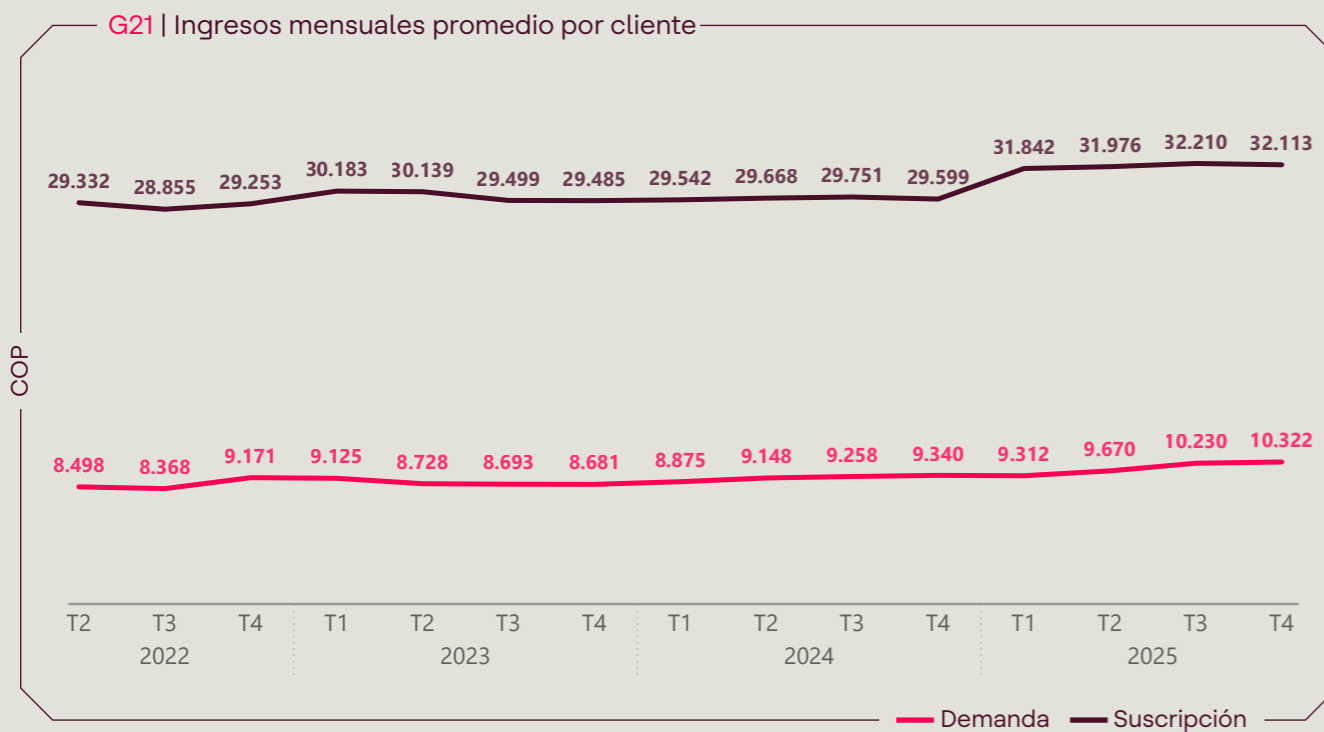
Los datos mantienen, asimismo, una **diferencia persistente entre los niveles de ingreso unitario registrados** en prepago y pospago.



## El ingreso por cliente vuelve a crecer

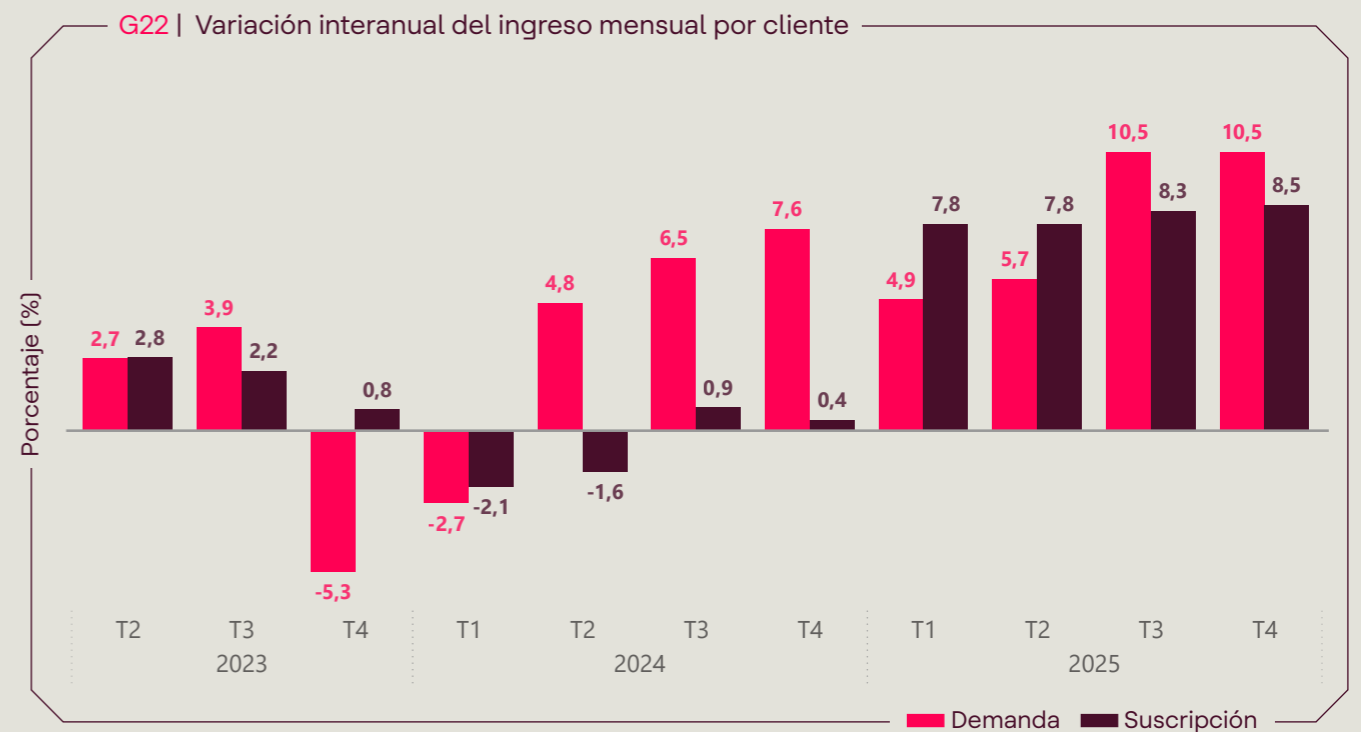
El ingreso mensual promedio por cliente muestra una evolución positiva en ambas modalidades durante los últimos trimestres.

**En pospago** (suscripción), **el ingreso medio por cliente alcanza los 32.113 COP en T4-2025**, mientras que **en prepago** (demanda) **se sitúa en 10.322 COP** durante el mismo periodo.



La variación interanual del ingreso mensual por cliente muestra además una **aceleración progresiva** a lo largo de 2025, **con crecimientos del 10,5 % en prepago y del 8,5 % en pospago** en el cuarto trimestre del año.

Los datos mantienen una diferencia relevante entre los niveles de ingreso medio asociados a ambas modalidades de acceso móvil.

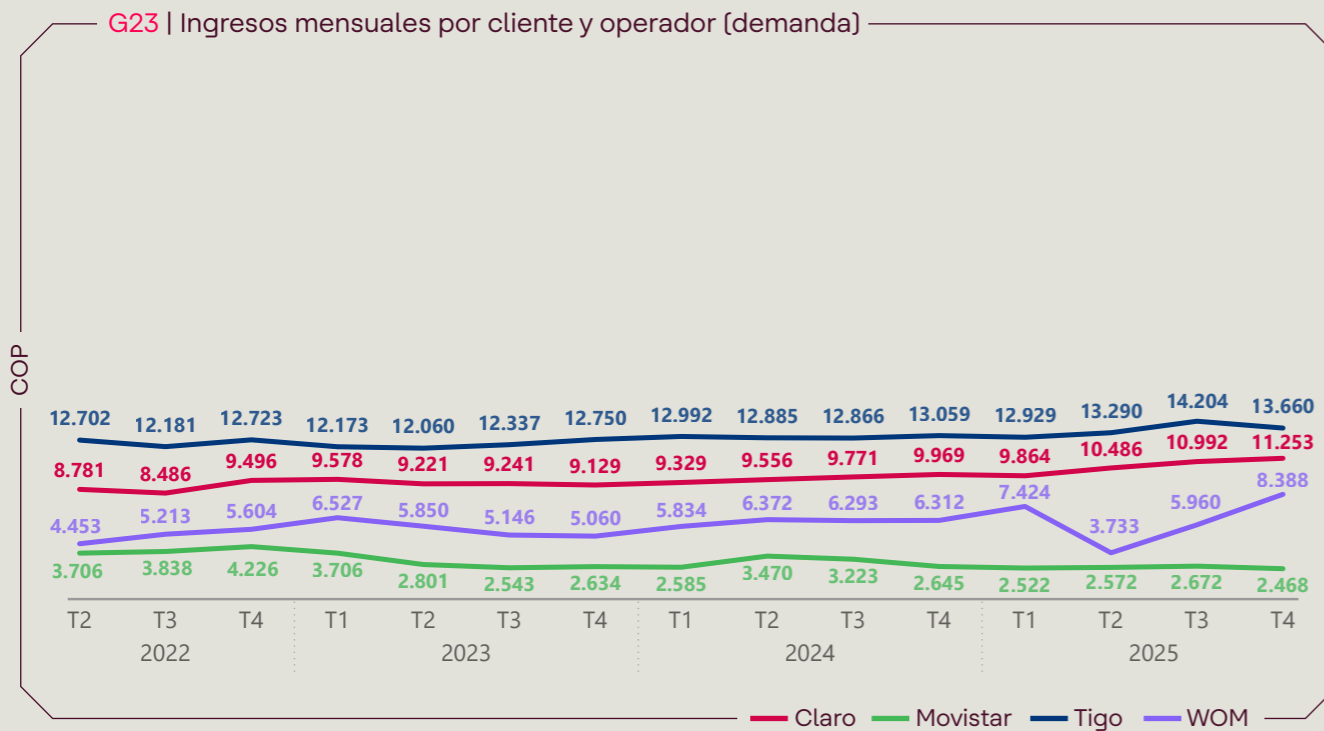


### Las diferencias de ingreso por cliente se reducen en parte del mercado prepago

En T4-2025, **Tigo** registra un ingreso medio de **13.660 COP mensuales** por cliente, mientras que **Claro** se sitúa en **11.253 COP**.

**WOM** alcanza los **8.388 COP** y **Movistar** registra **2.468 COP** durante el mismo periodo.

Las diferencias de ingreso por cliente muestran **niveles más reducidos entre Claro y Tigo** que los observados en otros segmentos del mercado móvil.

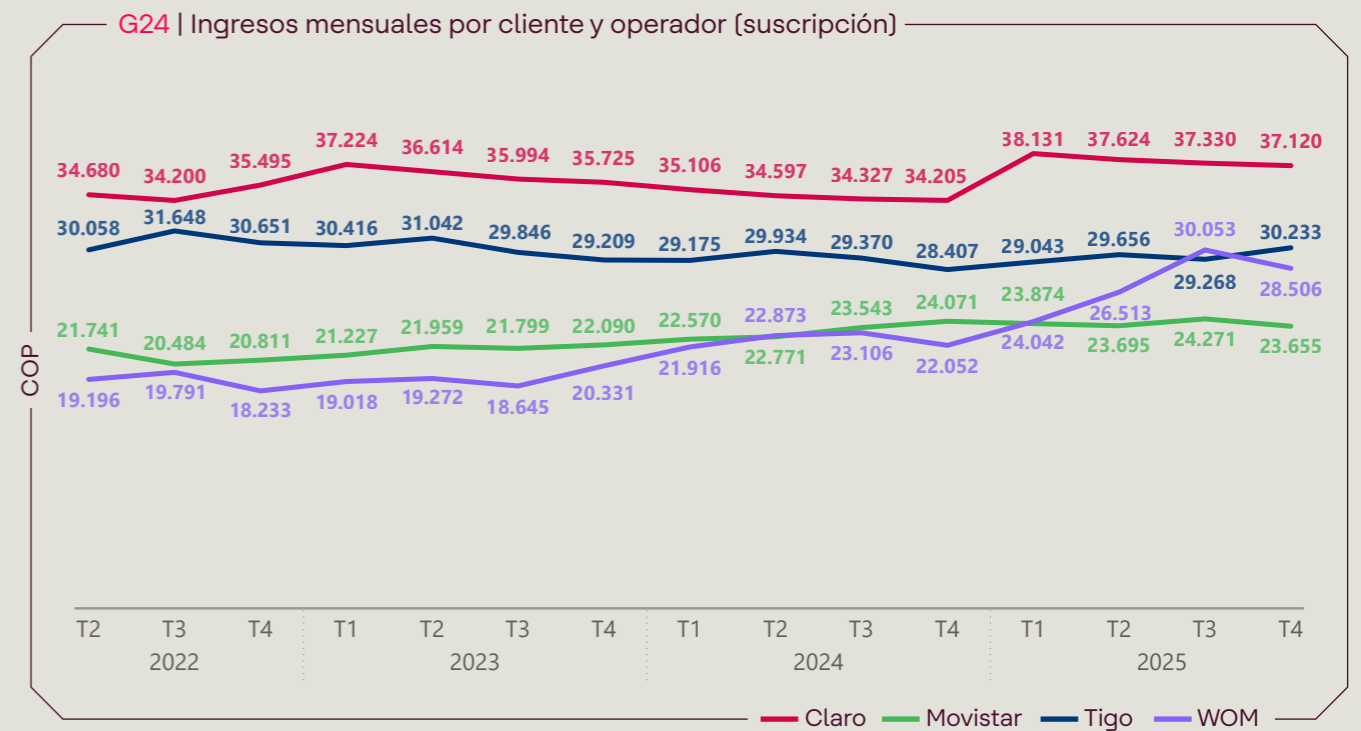


### El postpago mantiene distancias en monetización

**Claro** registra un ingreso medio de **37.120 COP mensuales** por cliente en T4-2025, mientras que **Tigo** se sitúa en **30.233 COP**.

**Movistar** alcanza los **23.655 COP** durante el mismo periodo y **WOM** registra **28.506 COP** mensuales por cliente.

Los datos reflejan niveles de monetización diferenciados entre operadores dentro del segmento postpago.

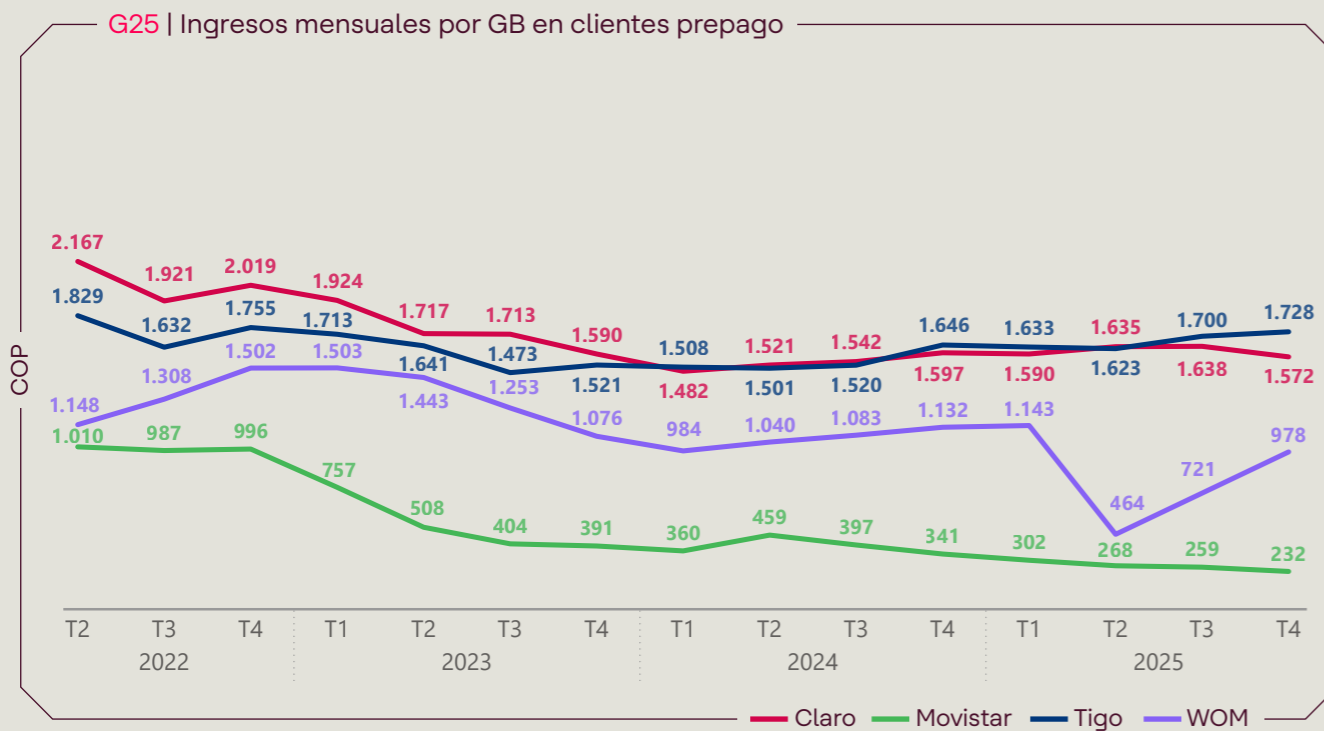


## No todos monetizan igual el prepago

En T4-2025, **Claro y Tigo registran** niveles próximos de ingreso por GB, con **1.728 COP y 1.572 COP** respectivamente.

**Movistar se sitúa en 978 COP** durante el mismo periodo, mientras que **WOM alcanza los 232 COP por GB**.

Los datos muestran distintos niveles de monetización del tráfico dentro del segmento prepago.

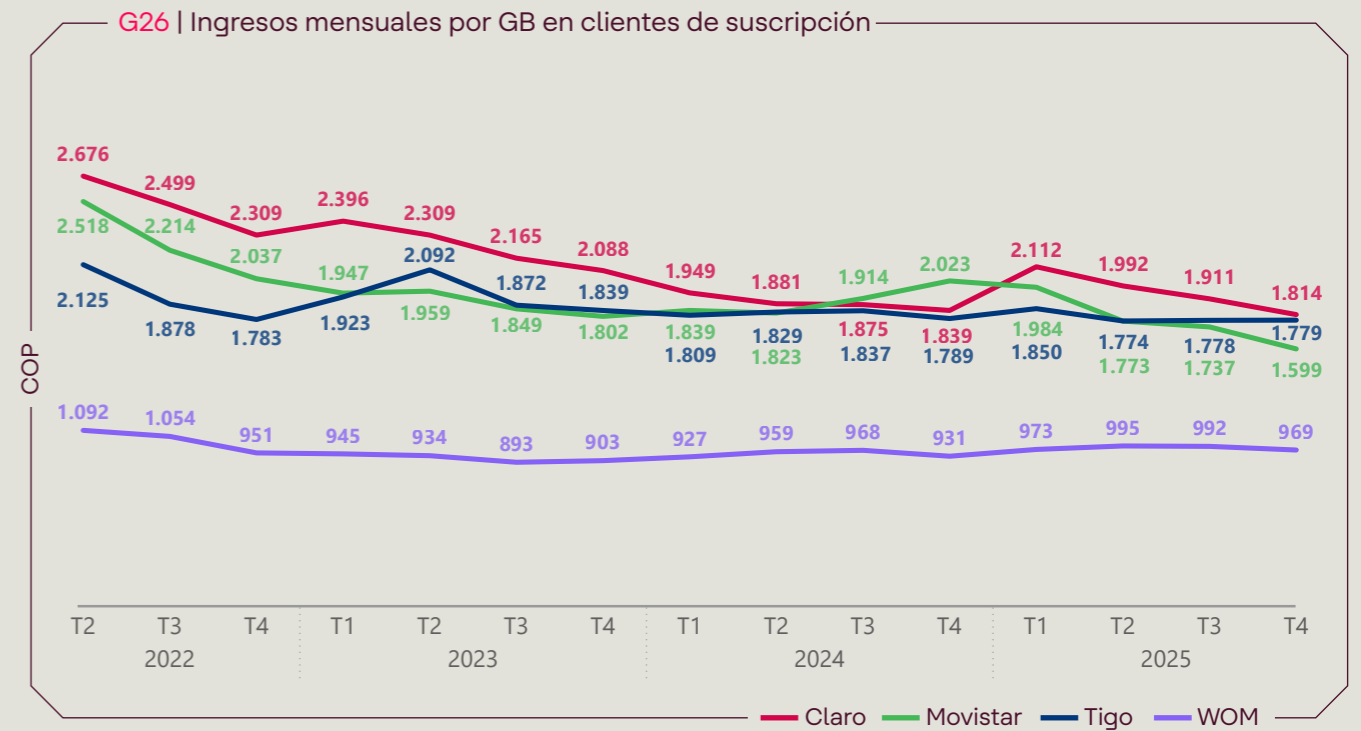


## El postpago aproxima sus niveles de ingreso por GB

El ingreso mensual por GB en modalidad postpago muestra una aproximación gradual entre Claro, Movistar y Tigo durante el periodo analizado.

En T4-2025, **Claro y Tigo registran 1.814 COP y 1.779 COP por GB** respectivamente, mientras que **Movistar se sitúa en 1.599 COP**.

Por su parte, **WOM mantiene niveles de ingreso por GB más reducidos (969 COP)** y relativamente estables a lo largo de la serie.



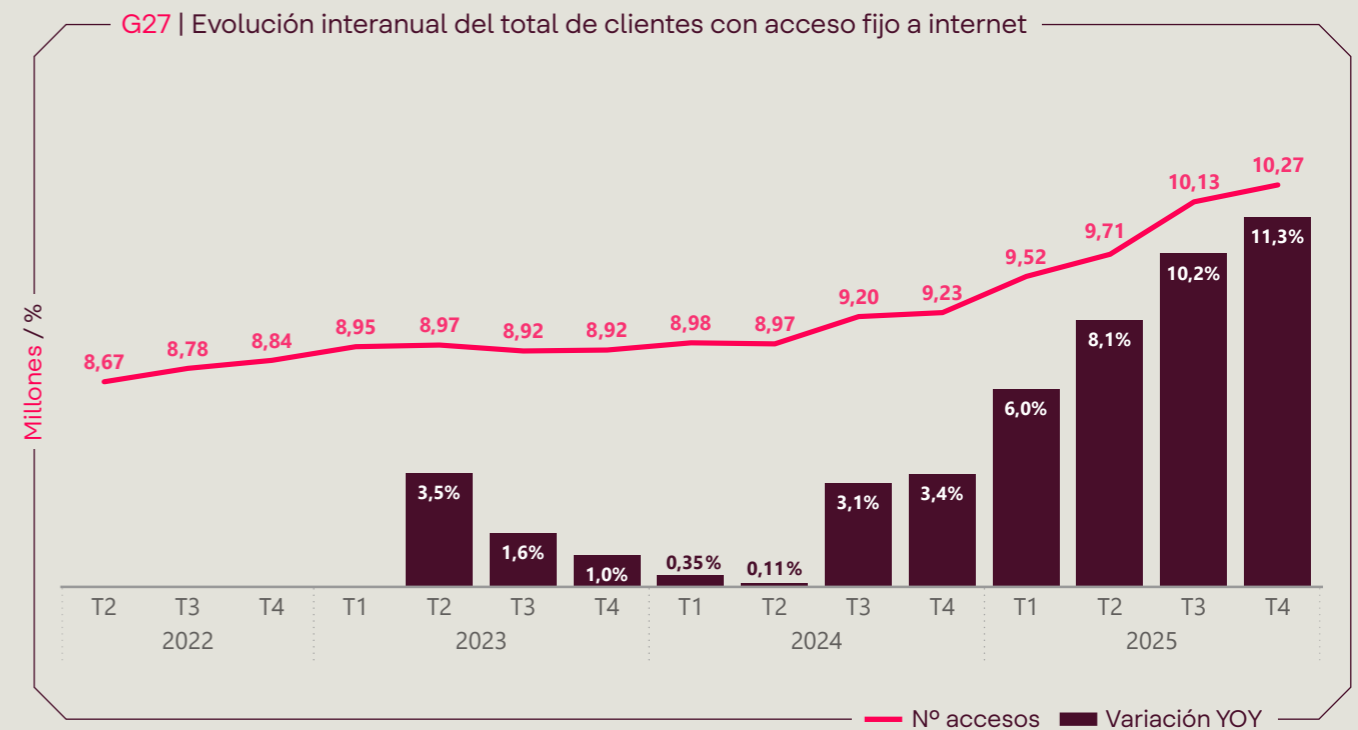
## [ 04 Banda ancha fija ]

### El acceso fijo alcanza su mayor ritmo de crecimiento

El número de hogares conectados a internet en Colombia **crece un 11,3 % interanual** hasta alcanzar los **10,27 M de accesos**.

El ritmo de crecimiento del mercado de banda ancha fija se acelera desde 2024 y **alcanza en T4-2025 el nivel más elevado** de la serie histórica.

Esta evolución refleja un **mayor dinamismo del mercado de acceso fijo en un contexto de expansión de la conectividad y despliegue** de nuevas infraestructuras.

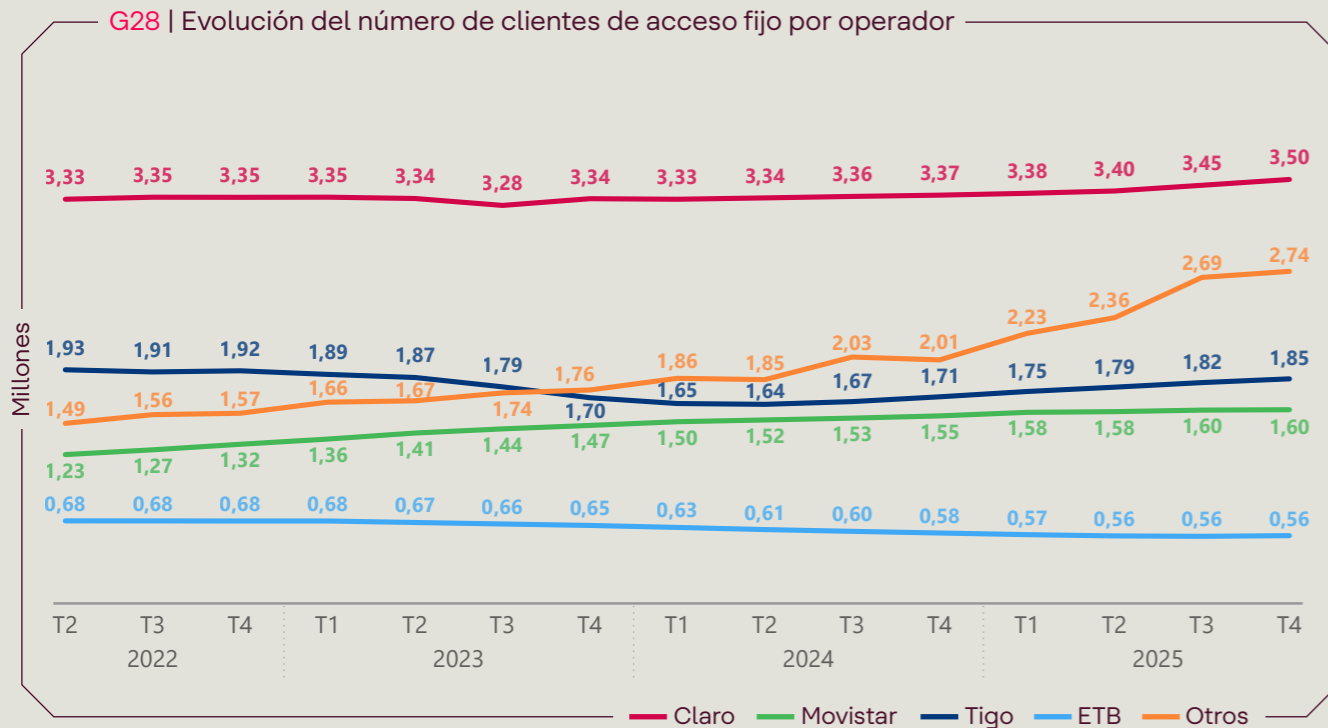


## El crecimiento se reparte entre más actores

**Claro mantiene el liderazgo** del mercado de acceso fijo, con **3,5 M de hogares conectados** y un crecimiento interanual del 3,85 %.

El grupo **“Otros” alcanza los 2,74 M de accesos** y concentra buena parte del crecimiento registrado durante el periodo, consolidando su peso dentro del mercado colombiano de banda ancha fija.

Por su parte, **Tigo registra un crecimiento interanual del 8,18 %** dentro del segmento.

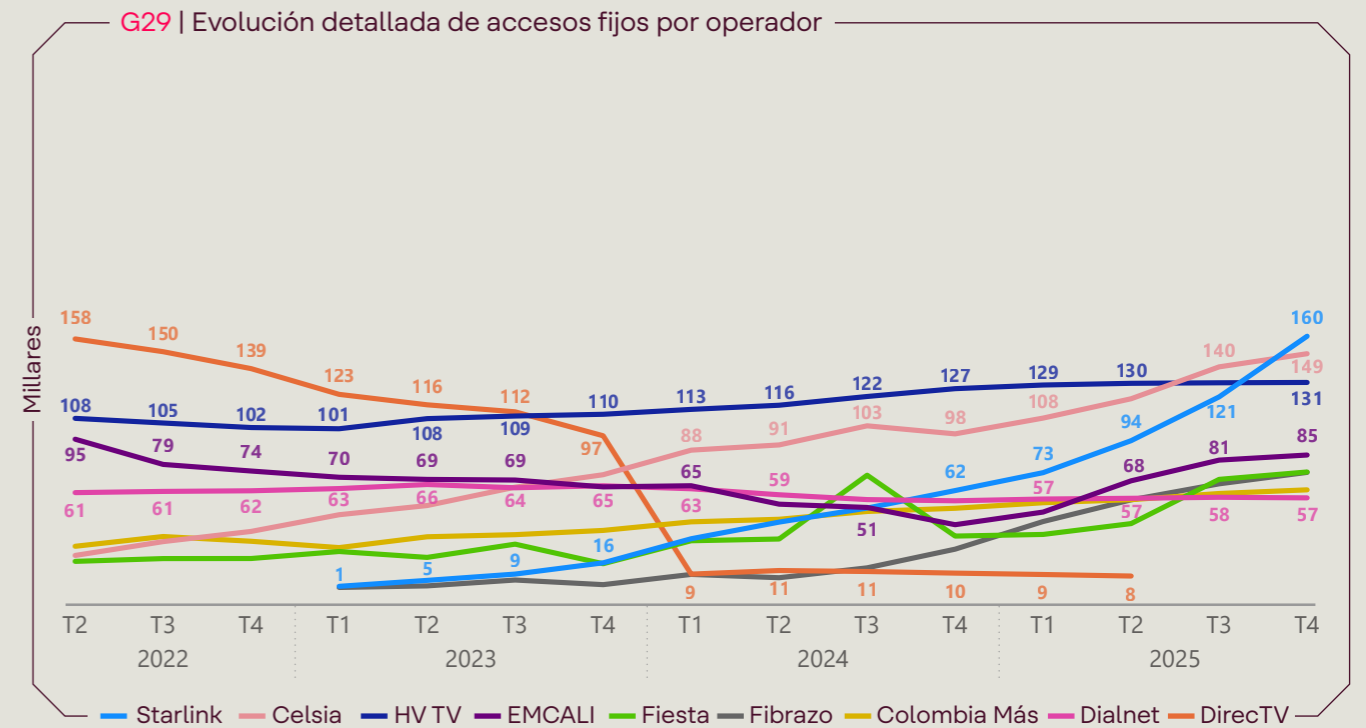


## Starlink gana peso dentro del grupo “Otros”

El grupo “Otros”, compuesto por operadores de menor escala dentro del mercado de acceso fijo, continúa ampliando su diversidad.

Dentro de este segmento, **Starlink alcanza los 160 K clientes** y se sitúa como el operador con mayor número de accesos, seguido de **Celsia, con 149 K**. Ambos superan por primera vez a **HV TV, que registra 131 K accesos**.

Esta evolución muestra la **aparición de nuevos actores con mayor presencia** dentro del mercado colombiano de banda ancha fija.

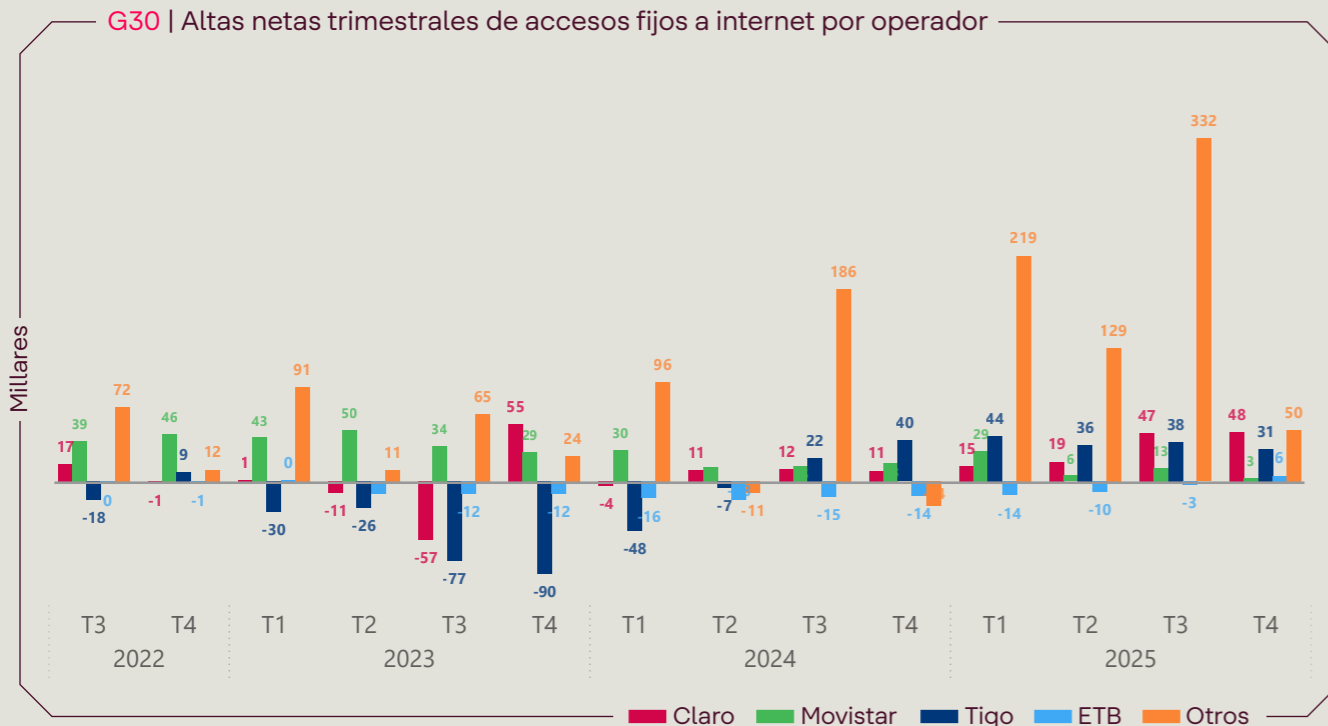


### Las altas netas dibujan ritmos distintos entre operadores

Más allá de la evolución del grupo “Otros”, el segundo semestre de 2025 muestra **diferencias relevantes en el ritmo de captación** neta entre operadores.

**Claro registra 47 K y 48 K altas netas trimestrales en los dos últimos trimestres** del año, mientras que **Tigo alcanza 38 K y 31 K accesos netos** durante el mismo periodo.

**Movistar**, por su parte, **mantiene niveles más estables de crecimiento neto** respecto a los registrados en ejercicios anteriores.



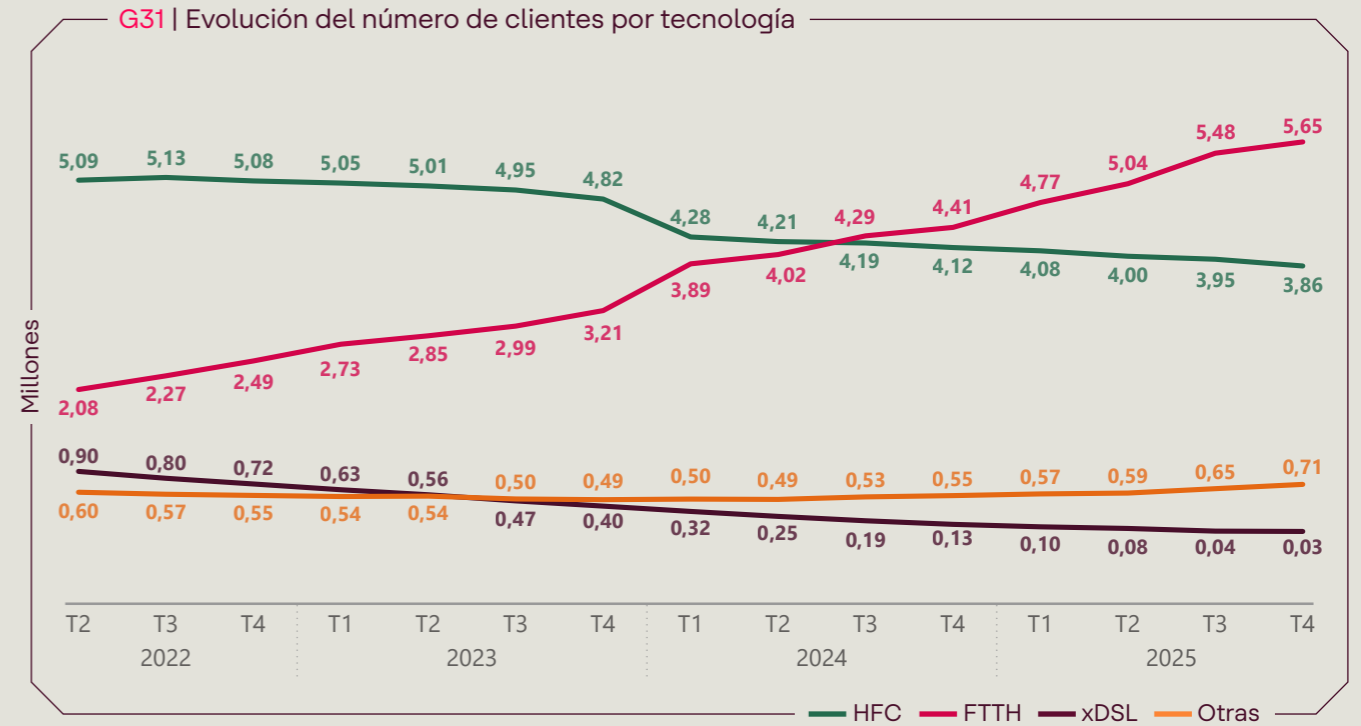
### La fibra gana centralidad en el mercado fijo

La evolución de la infraestructura de banda ancha fija en Colombia refleja **dos procesos sucesivos** de transición tecnológica.

En primer lugar, **la progresiva desaparición de las redes de cobre**, que nunca llegaron a ser predominantes en el mercado colombiano. Más recientemente, el crecimiento de las redes FTTH impulsa **la sustitución gradual de las infraestructuras HFC** dentro del acceso fijo.

El segmento agrupado bajo **“otras tecnologías”** vuelve además a registrar crecimiento tras varios años de estabilidad, apoyado en soluciones FWA y satelitales. En conjunto, esta categoría alcanza los **0,71 M de accesos**, con el crecimiento de actores como **Starlink**, que llega a **0,16 M de clientes**.

La evolución de este segmento coincide con el proceso iniciado por el Gobierno colombiano para la asignación de espectro en la banda de 900 MHz, un movimiento que podría influir en la composición tecnológica del mercado en los próximos años.



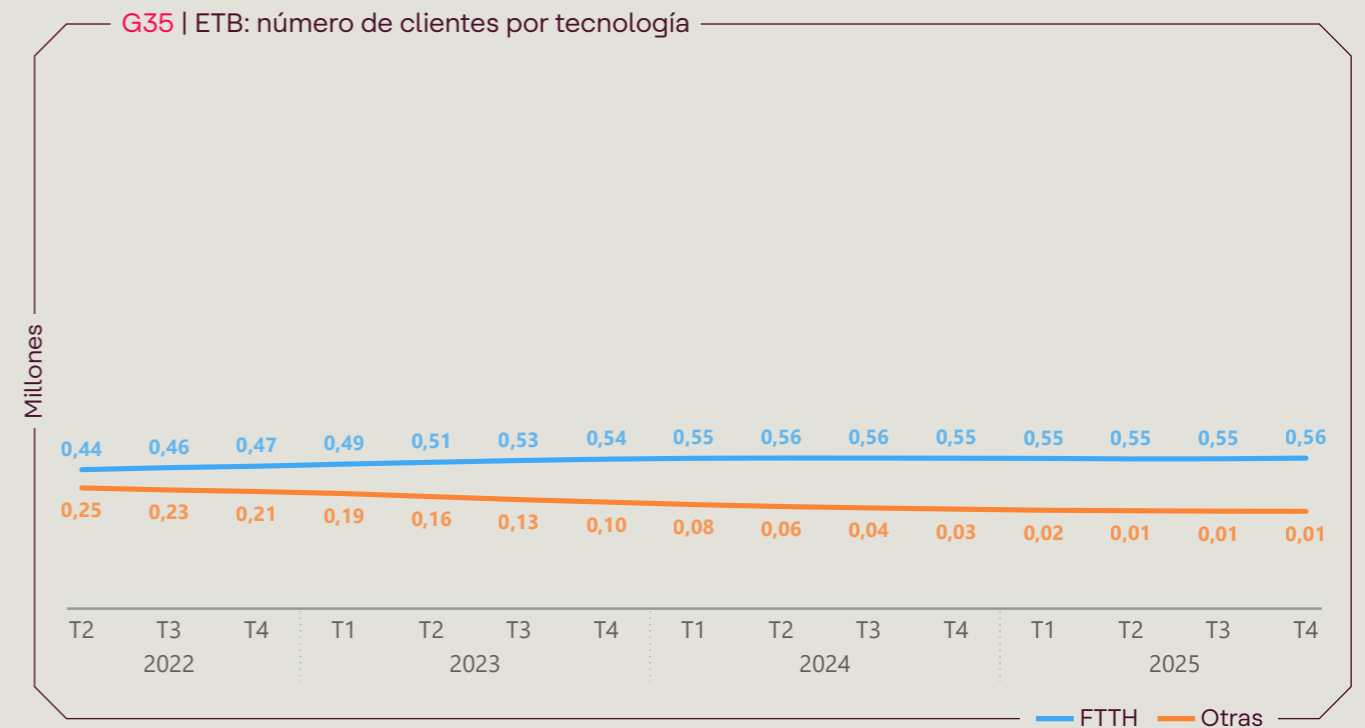
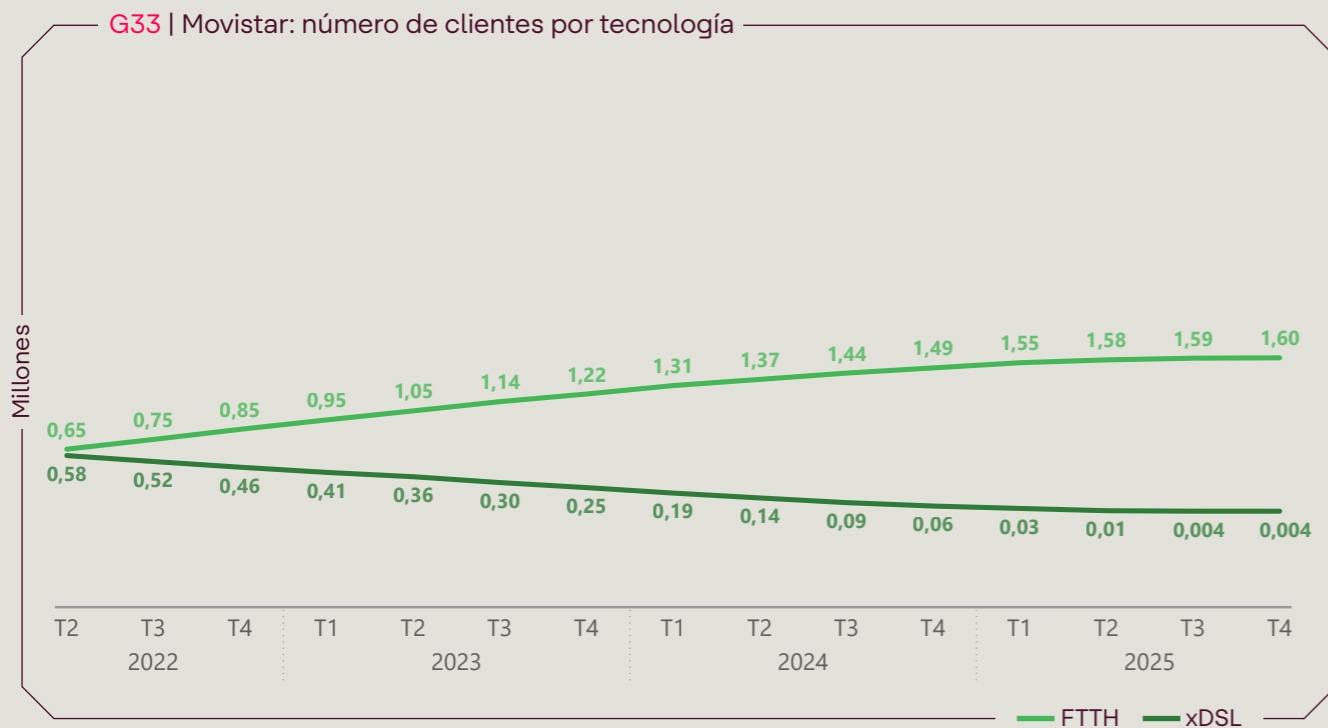
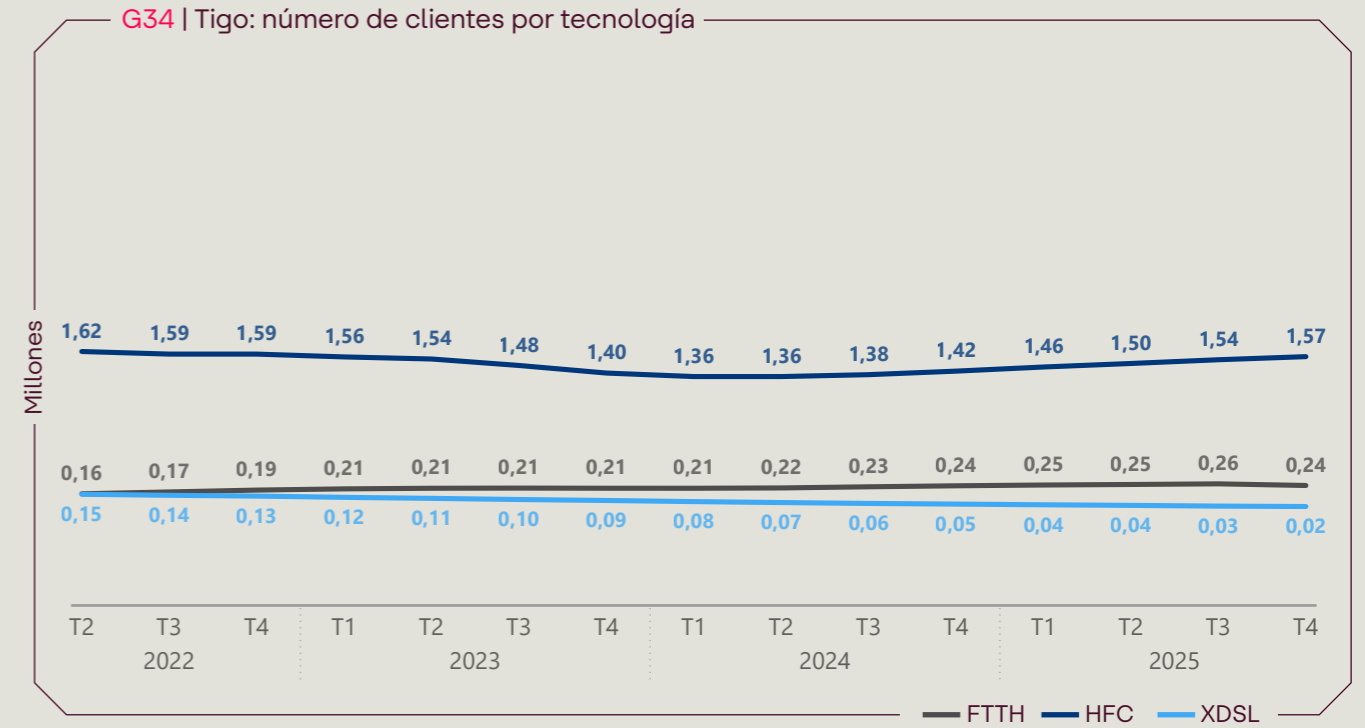
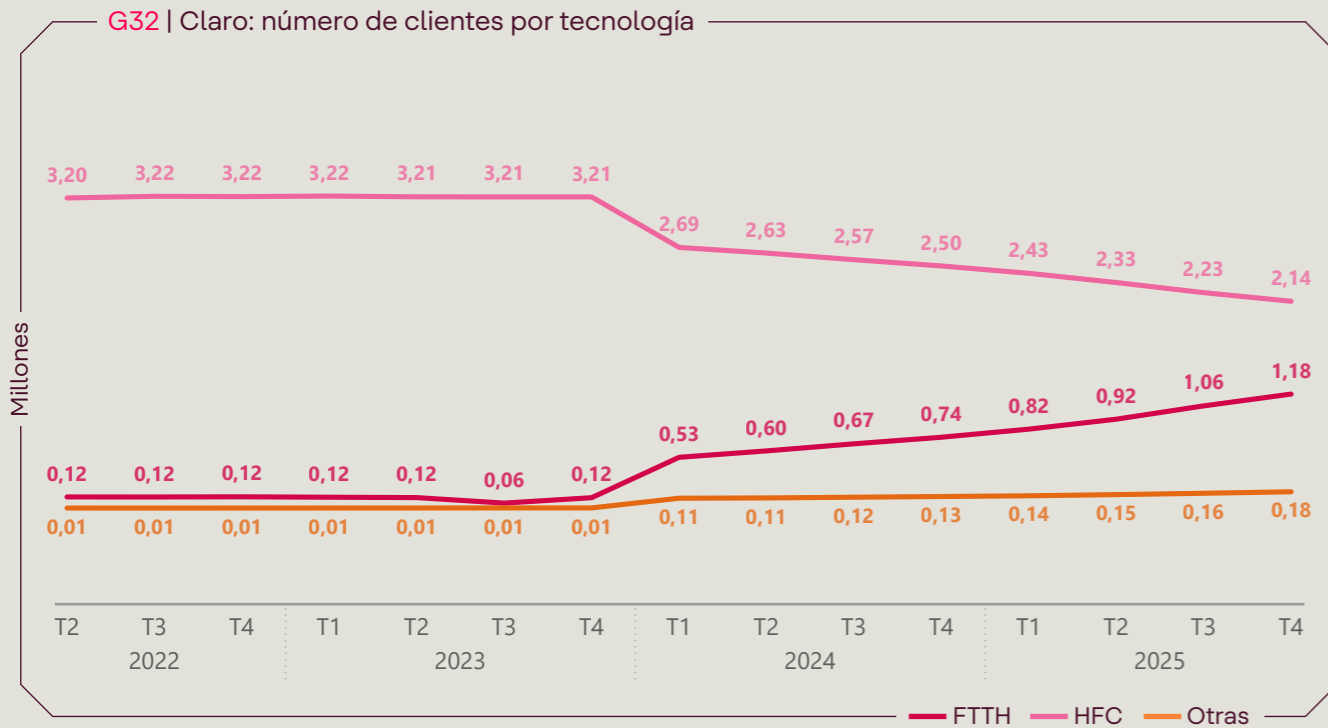
## La transición tecnológica avanza a distintas velocidades

La sustitución de las redes de cobre estuvo impulsada principalmente por operadores históricos como Movistar y, en menor escala, ETB.

Más recientemente, la **migración desde infraestructuras HFC hacia redes FTTH** ha ganado peso dentro de la evolución del mercado fijo colombiano.

En el caso de Claro, el crecimiento de FTTH convive con una reducción progresiva del peso relativo de las redes coaxiales.

Tigo, por su parte, mantiene crecimiento sobre su base histórica de HFC, configurando una evolución tecnológica diferenciada dentro del mercado de banda ancha fija.

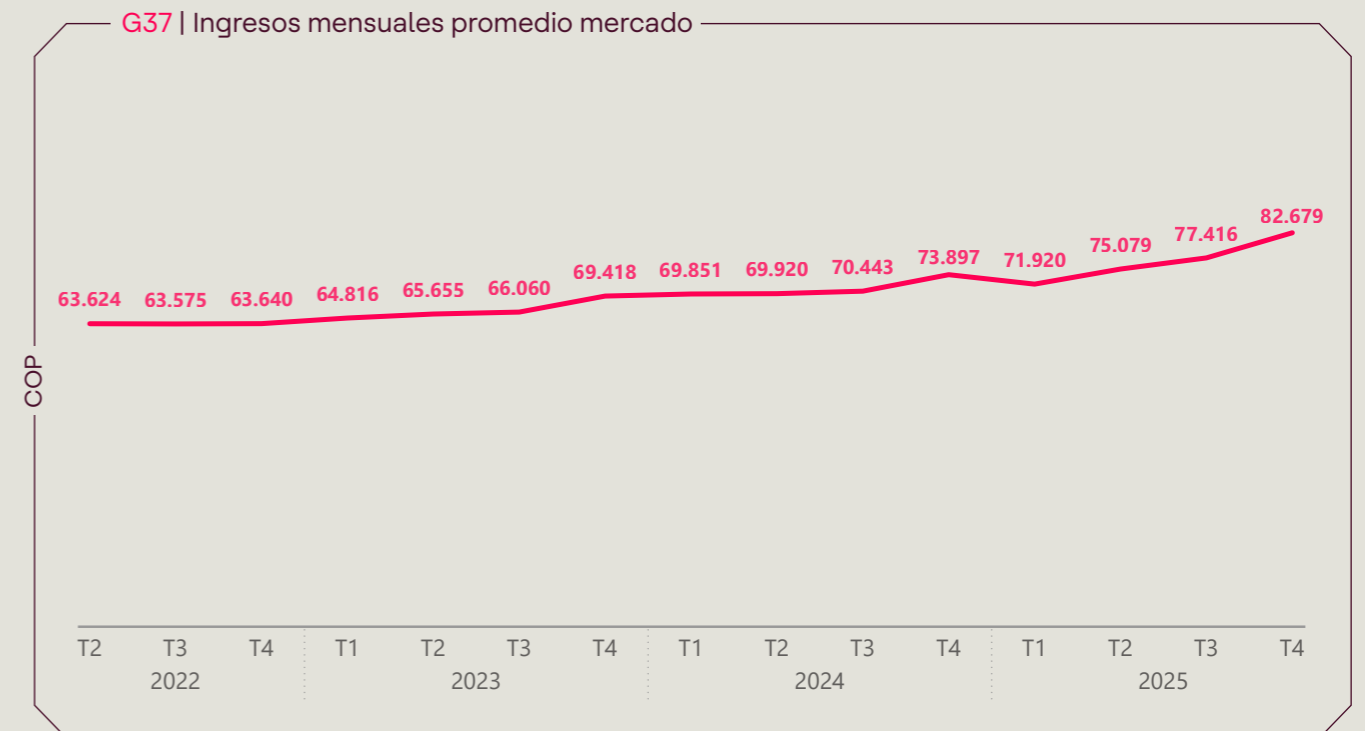
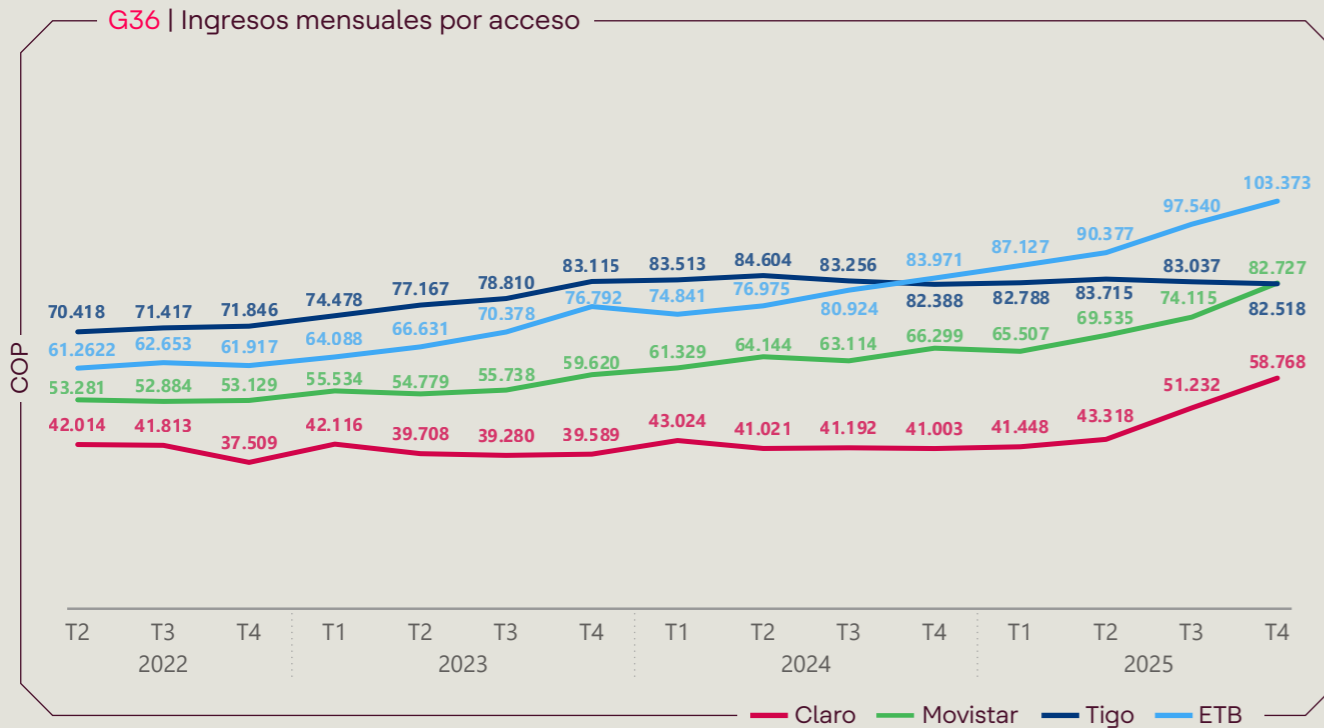


## El ingreso por acceso vuelve a tomar impulso

Movistar y Tigo registran niveles prácticamente equivalentes de ingreso promedio por acceso fijo, con **82.727 COP y 82.518 COP mensuales**, respectivamente. **Claro incrementa su ingreso promedio hasta** situarse en **58.768 COP**.

La evolución del indicador refleja diferencias relevantes entre operadores, tanto en nivel de ingreso como en ritmo de crecimiento durante el periodo analizado.

El **ingreso mensual promedio por acceso fijo** alcanza los **82.679 COP en T4-2025**, en un contexto de evolución positiva del indicador durante el segundo semestre del año.



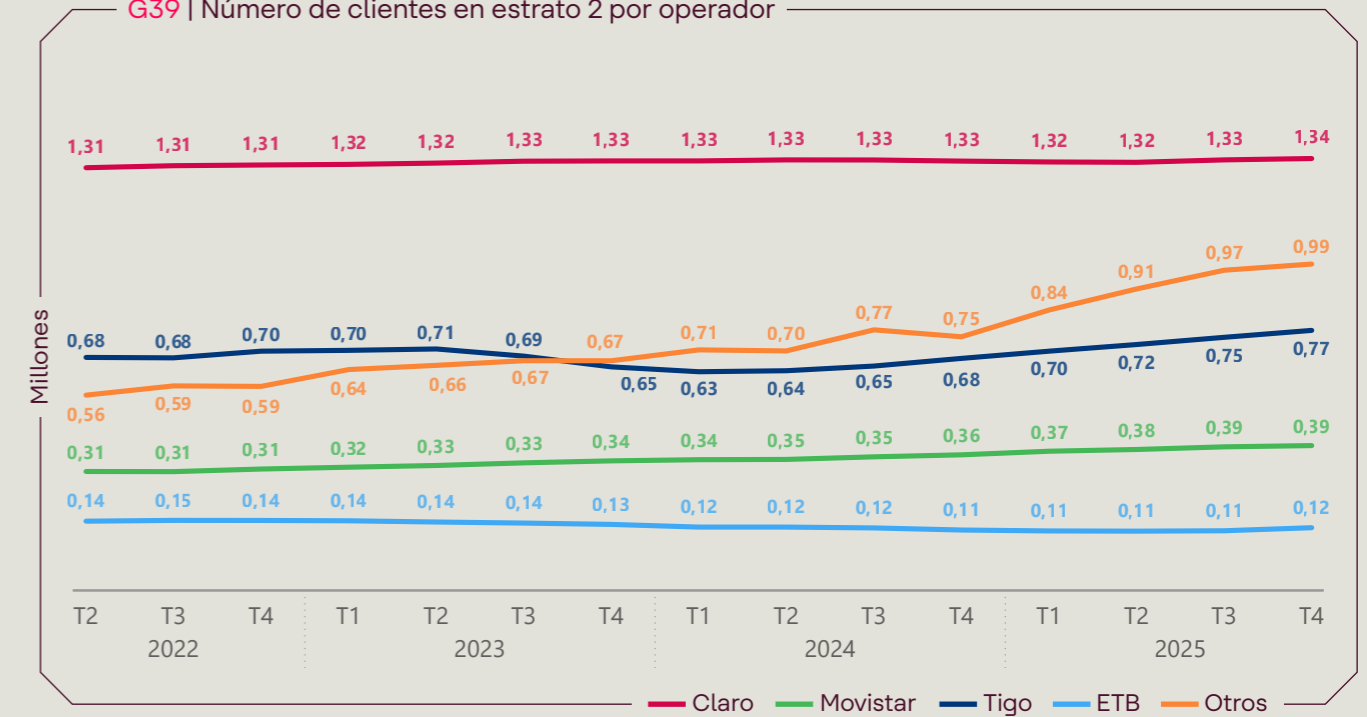
### Los primeros estratos concentran buena parte del crecimiento

El grupo “Otros” concentra el mayor número de hogares conectados en el estrato 1, con **0,92 M de accesos**. Este segmento reúne una parte relevante del crecimiento reciente del mercado de banda ancha fija en Colombia.

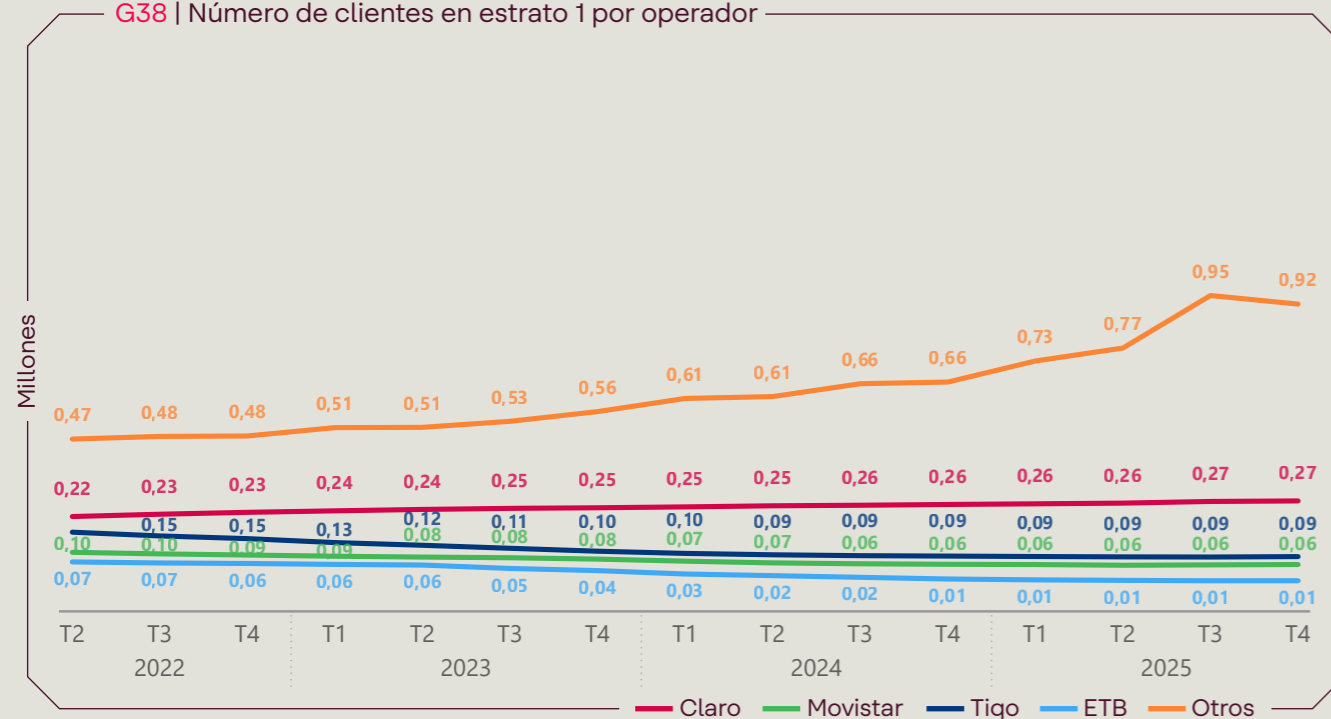
En el estrato 2 también se observa una evolución positiva del número de hogares conectados, con **Claro como operador con mayor base de clientes (1,34 M de hogares) y Tigo con 0,77 M**.

En el estrato 3, ambos operadores incrementan su base durante el periodo analizado: **Tigo alcanza 0,58 M de hogares conectados y Claro se sitúa en 1,04 M**.

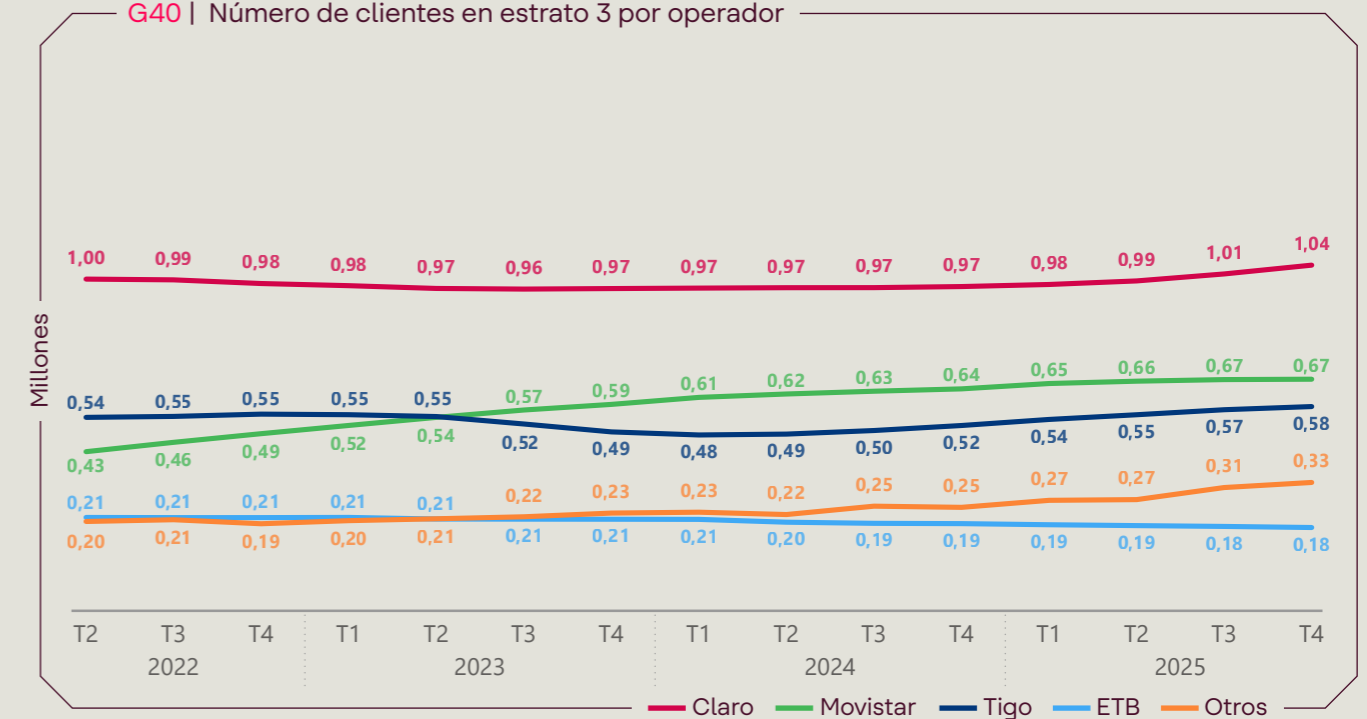
G39 | Número de clientes en estrato 2 por operador



G38 | Número de clientes en estrato 1 por operador



G40 | Número de clientes en estrato 3 por operador



## Los estratos altos evolucionan con mayor estabilidad

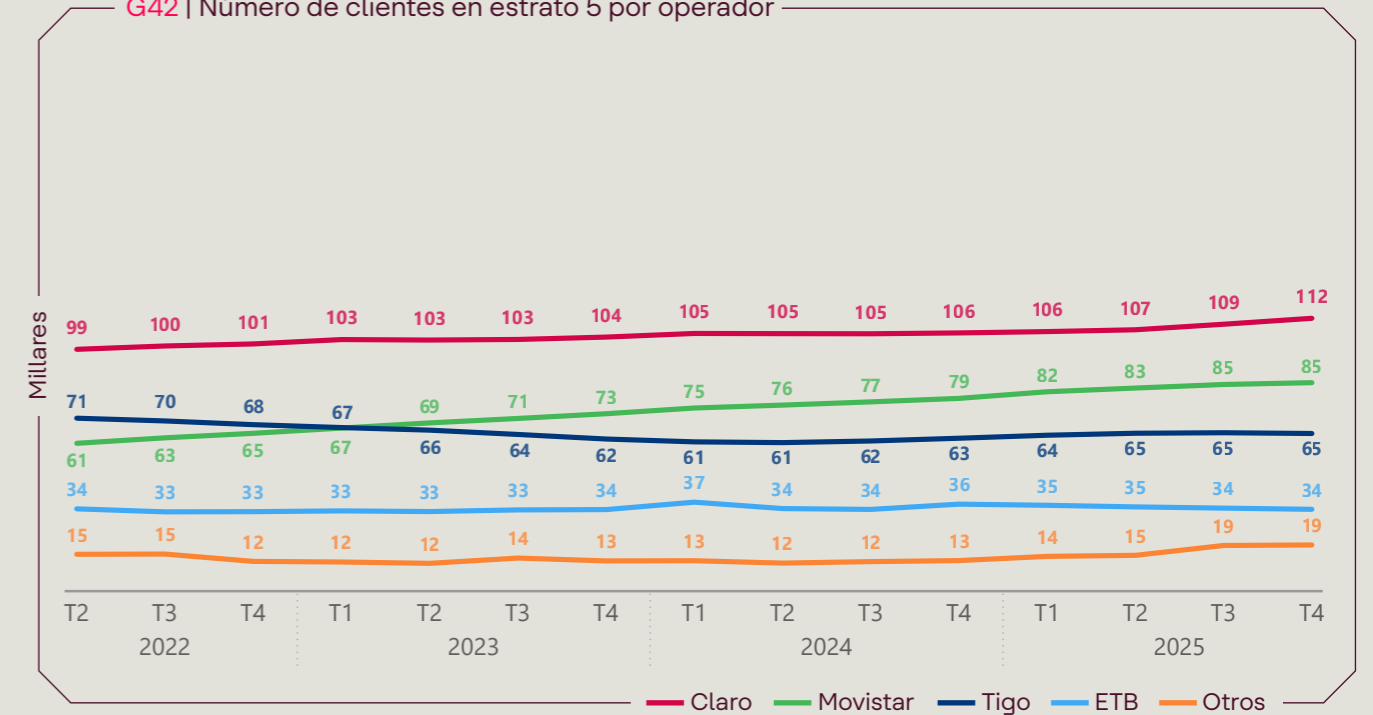
En el estrato 4, el grupo “Otros” con 66 K mantiene una evolución positiva, mientras que Tigo muestra una estabilización tras el descenso registrado en periodos anteriores, con 197 K.

En el estrato 5, Movistar registra crecimiento durante el periodo analizado y alcanza 85 K.

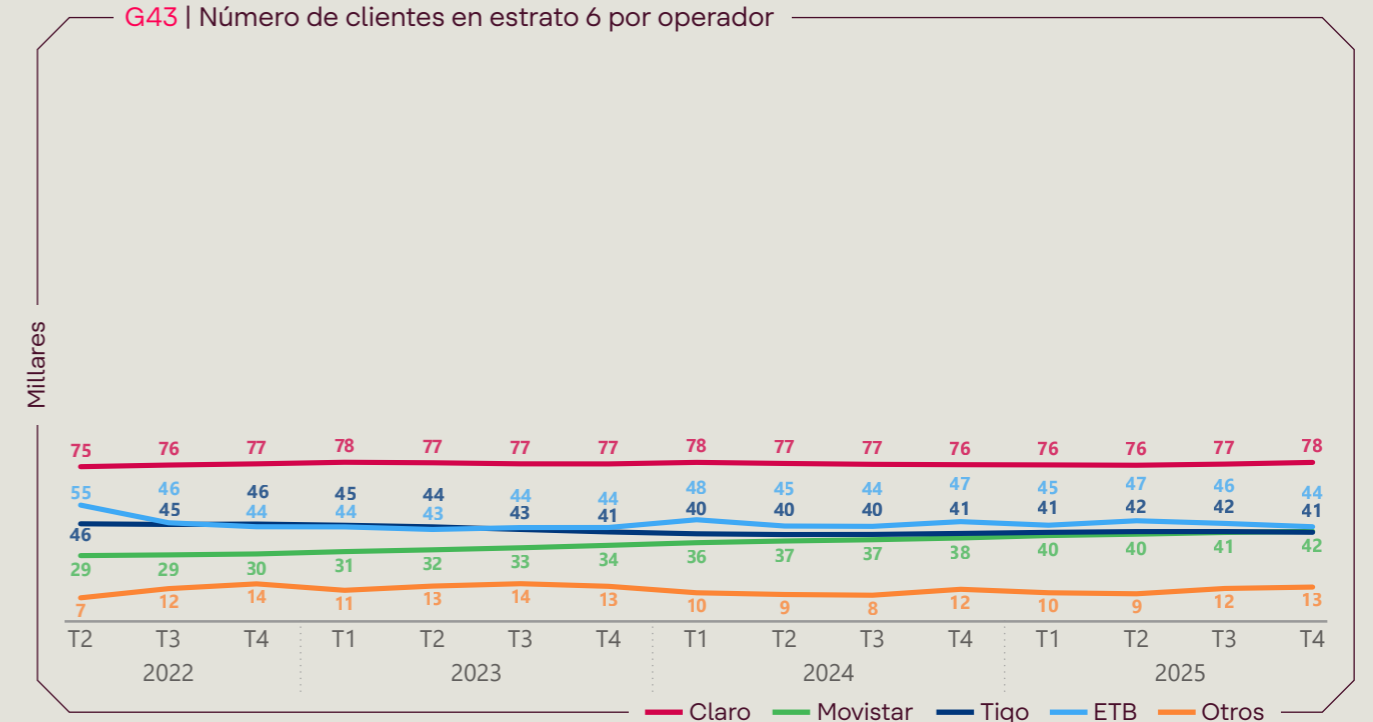
En el estrato 6, la evolución del número de hogares conectados se mantiene más estable entre operadores.

La lectura de estos segmentos debe contextualizarse dentro de la estructura socioeconómica del país, ya que los tres primeros estratos concentran la mayor parte de los hogares en Colombia.

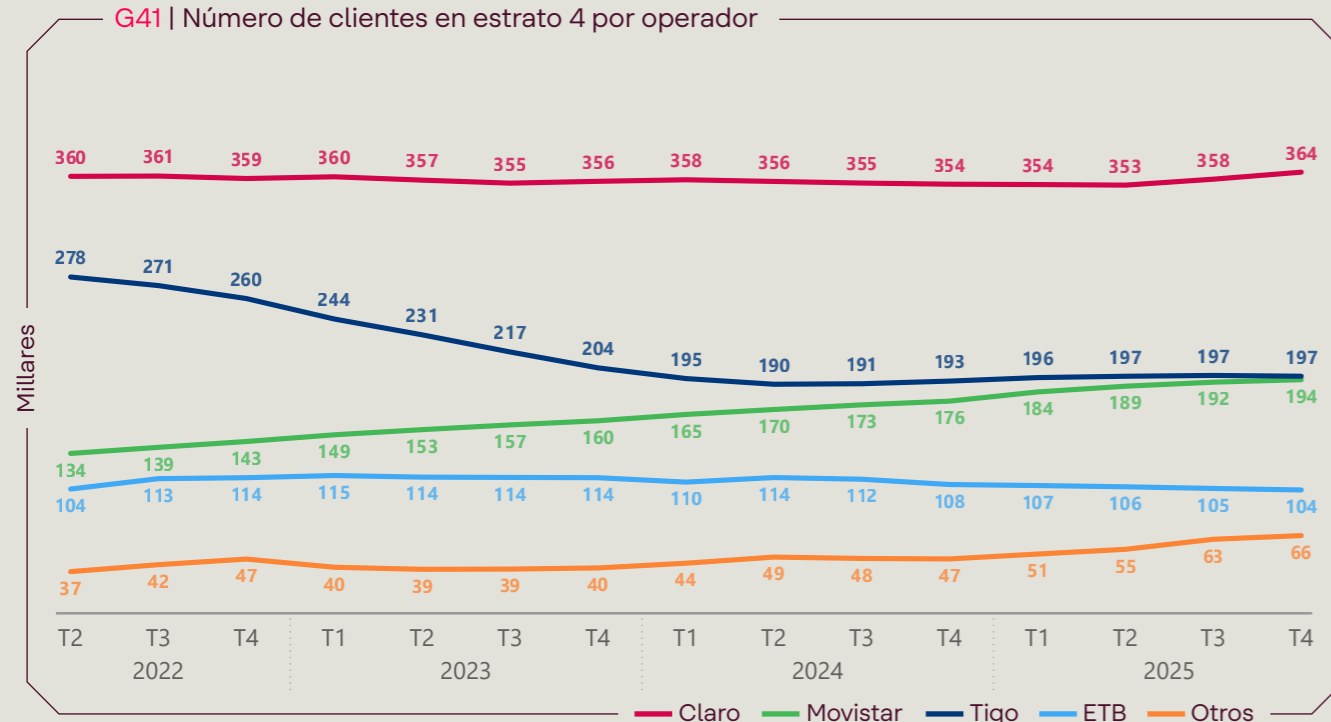
G42 | Número de clientes en estrato 5 por operador



G43 | Número de clientes en estrato 6 por operador



G41 | Número de clientes en estrato 4 por operador



## [05 Portabilidad]

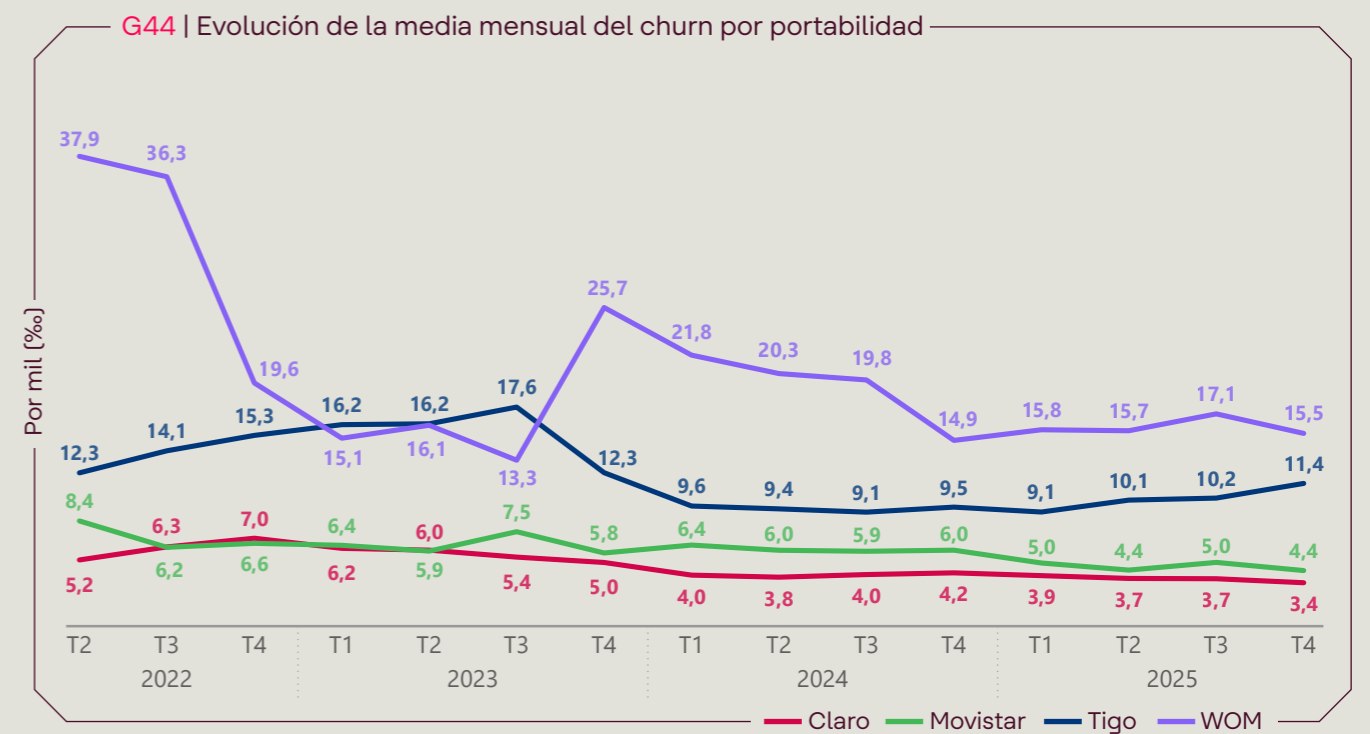
El *churn* por portabilidad mantiene fuertes diferencias entre operadores

**WOM** registra el valor más elevado del periodo, con un **15,5 % mensual**.

**Tigo** muestra una evolución creciente y se sitúa en el **11,4 % mensual**.

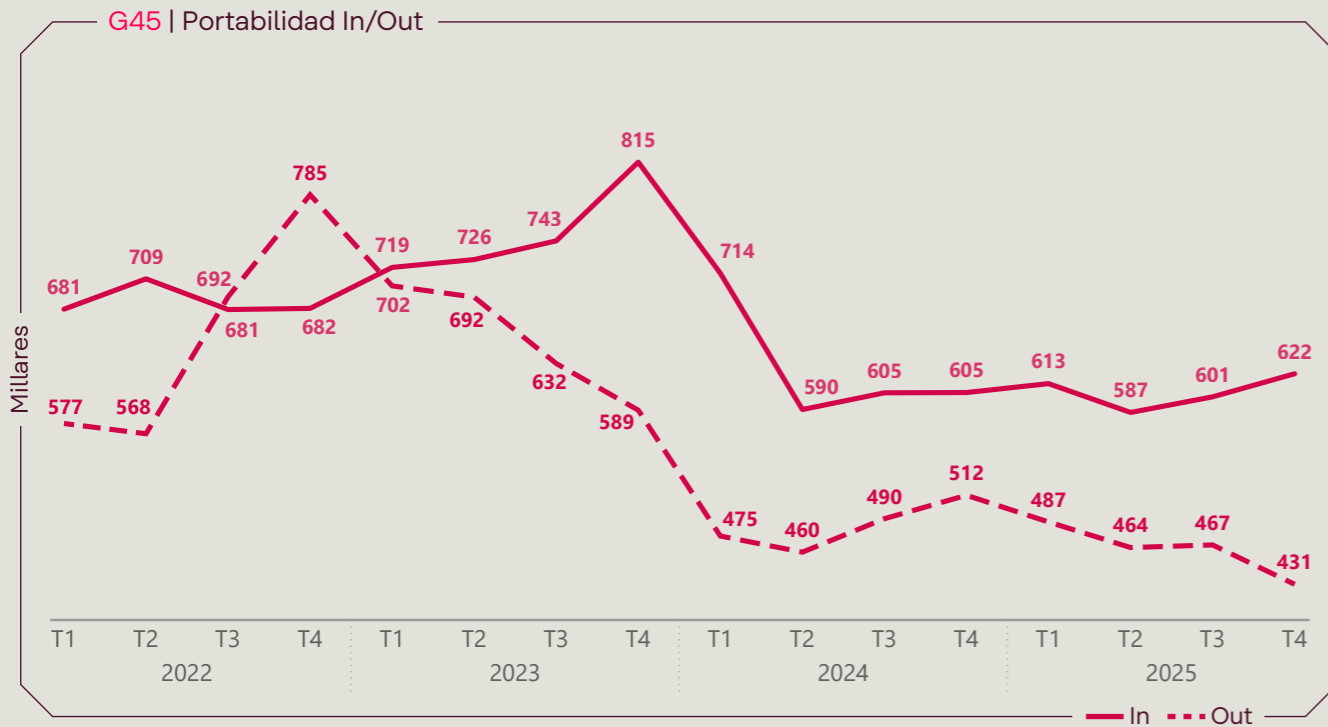
Por su parte, **Claro** alcanza el nivel más bajo de la serie analizada, con un **3,4 % mensual**.

La evolución reciente refleja un mercado con niveles de *churn* por portabilidad muy diferenciados entre operadores.



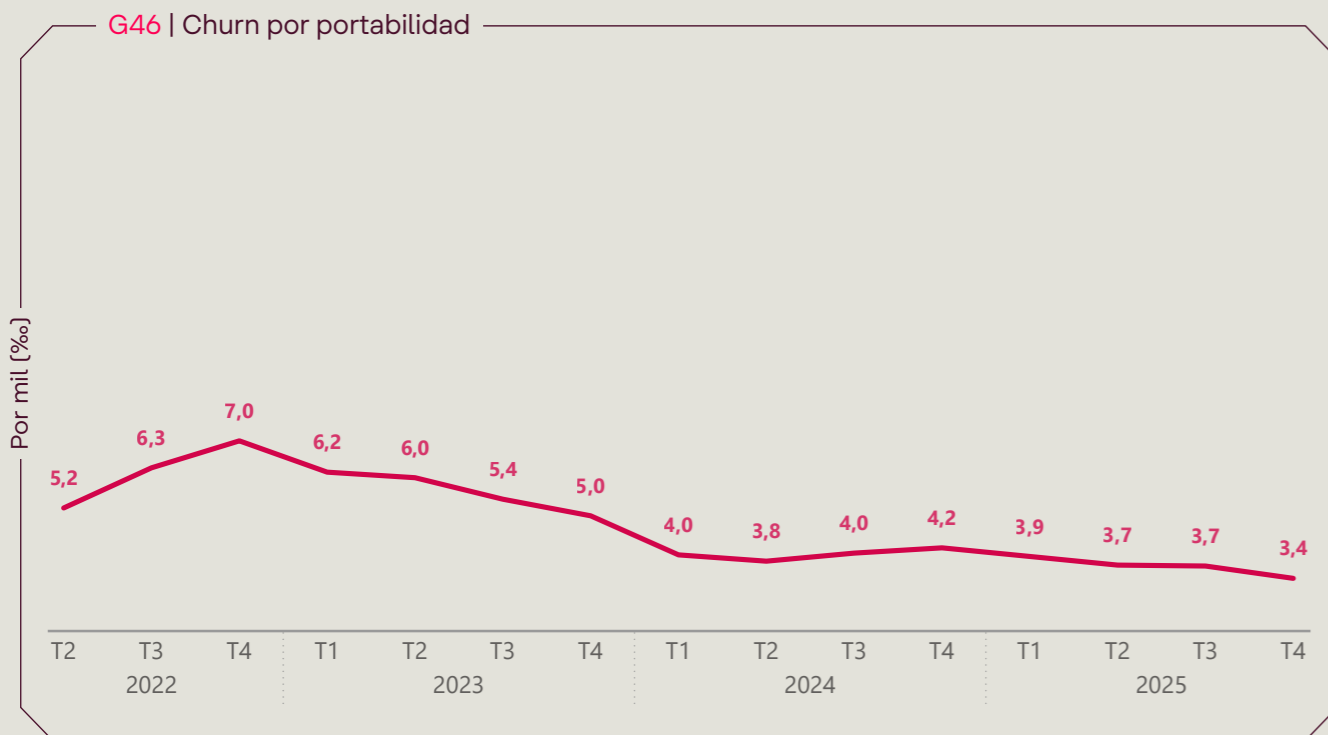
### Claro transforma la portabilidad en captación neta

La combinación de una portabilidad saliente en mínimos de la serie y una portabilidad entrante estable, con evolución positiva, sitúa **la portabilidad neta de Claro en 192 K líneas durante el T4-2025.**



**La captación neta alcanza las 167 K líneas en el trimestre**, un valor elevado, aunque inferior al registrado en otros máximos recientes de la serie.

Estos datos reflejan una evolución positiva de Claro en portabilidad y captación durante la campaña de final de año.

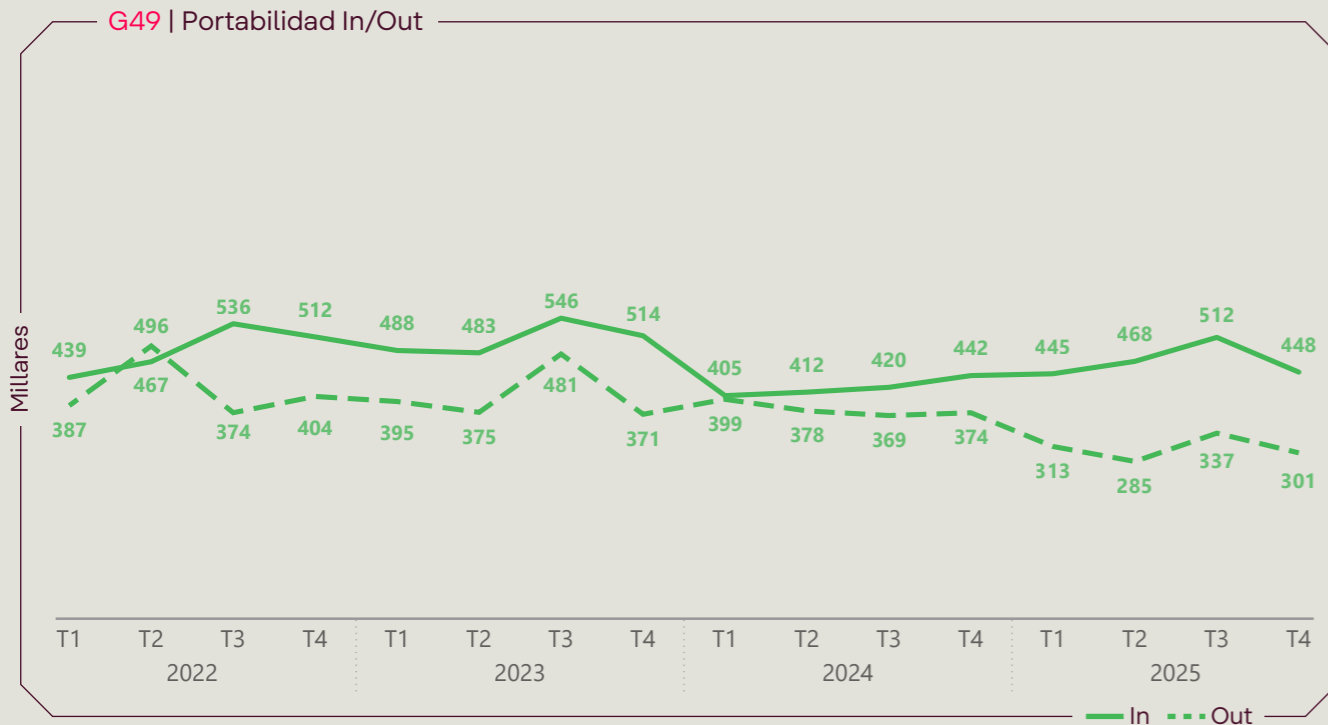


### Movistar alcanza máximos de captación neta en el T4

Movistar reduce su tasa de portabilidad saliente hasta el **4,4 % mensual** en el T4-2025.

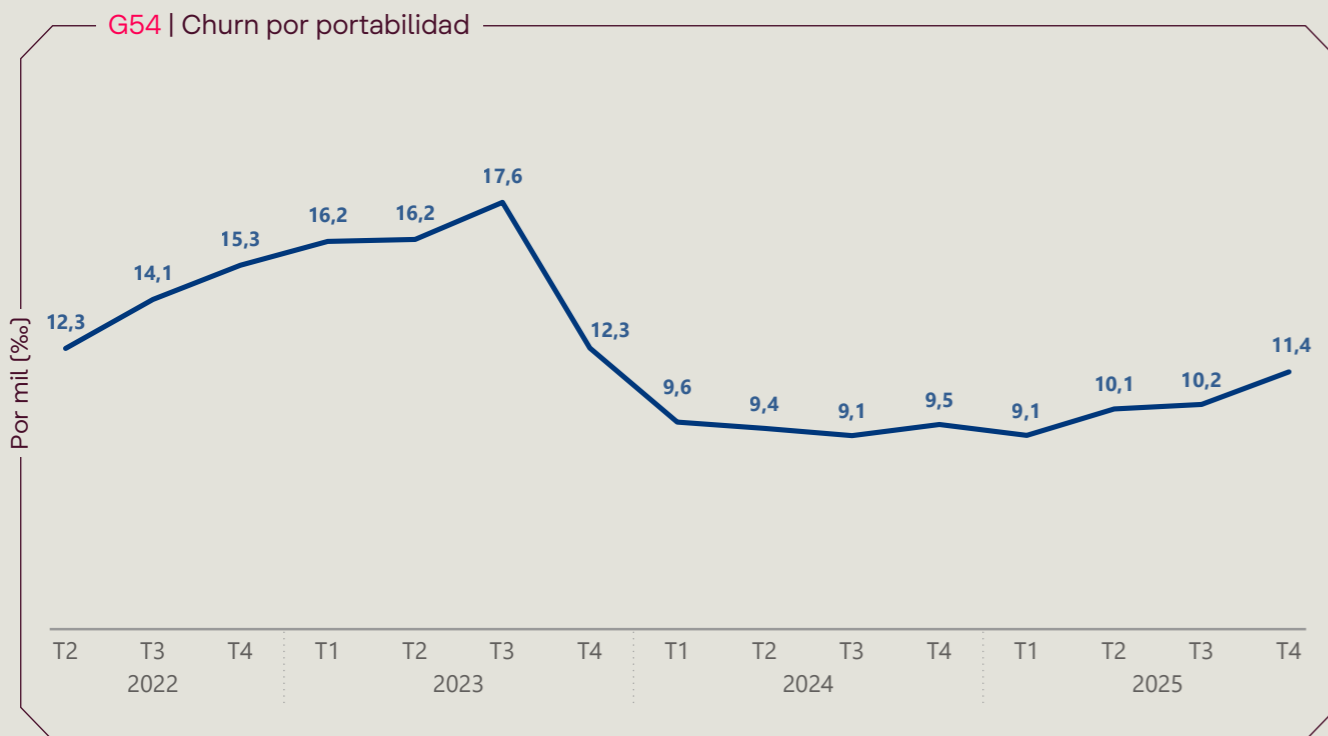
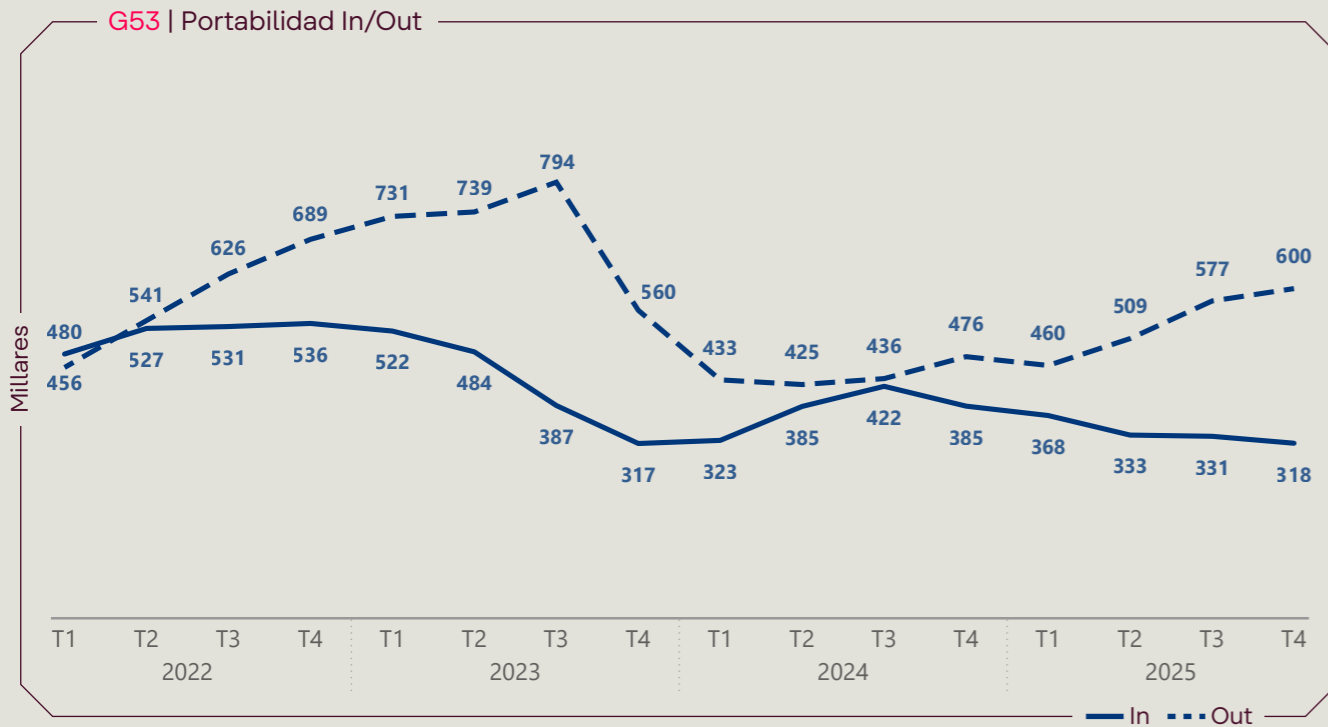
La portabilidad entrante mantiene una tendencia creciente desde 2024, aunque registra un descenso intertrimestral a finales de 2025, hasta situarse en **448 K operaciones**.

La portabilidad neta alcanza las **147 K líneas**, el mejor cuarto trimestre de la serie histórica. La captación neta móvil llega a **222 K líneas**, también el valor más alto de la serie para este periodo del año.



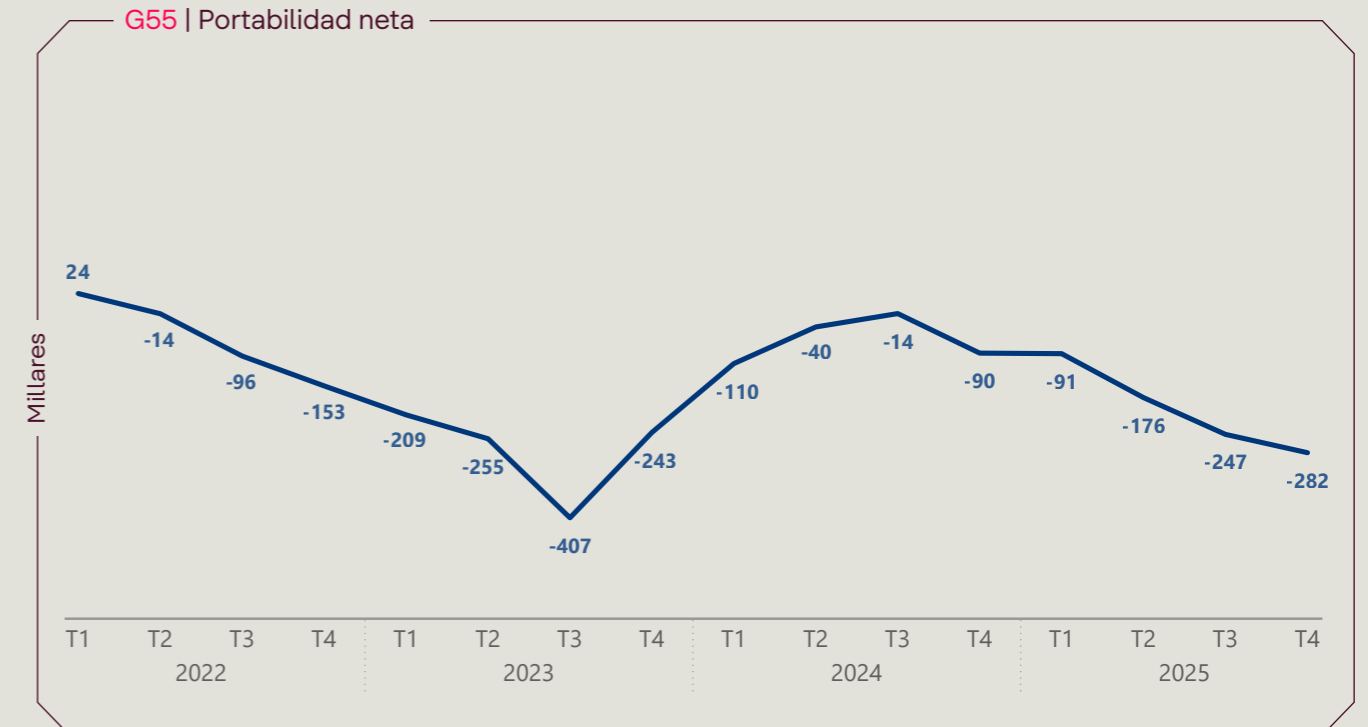
Tigo cierra el trimestre con mayor presión en portabilidad

La portabilidad saliente de Tigo crece hasta las 600 K operaciones en el T4-2025, un valor próximo a los máximos registrados a finales de 2023.



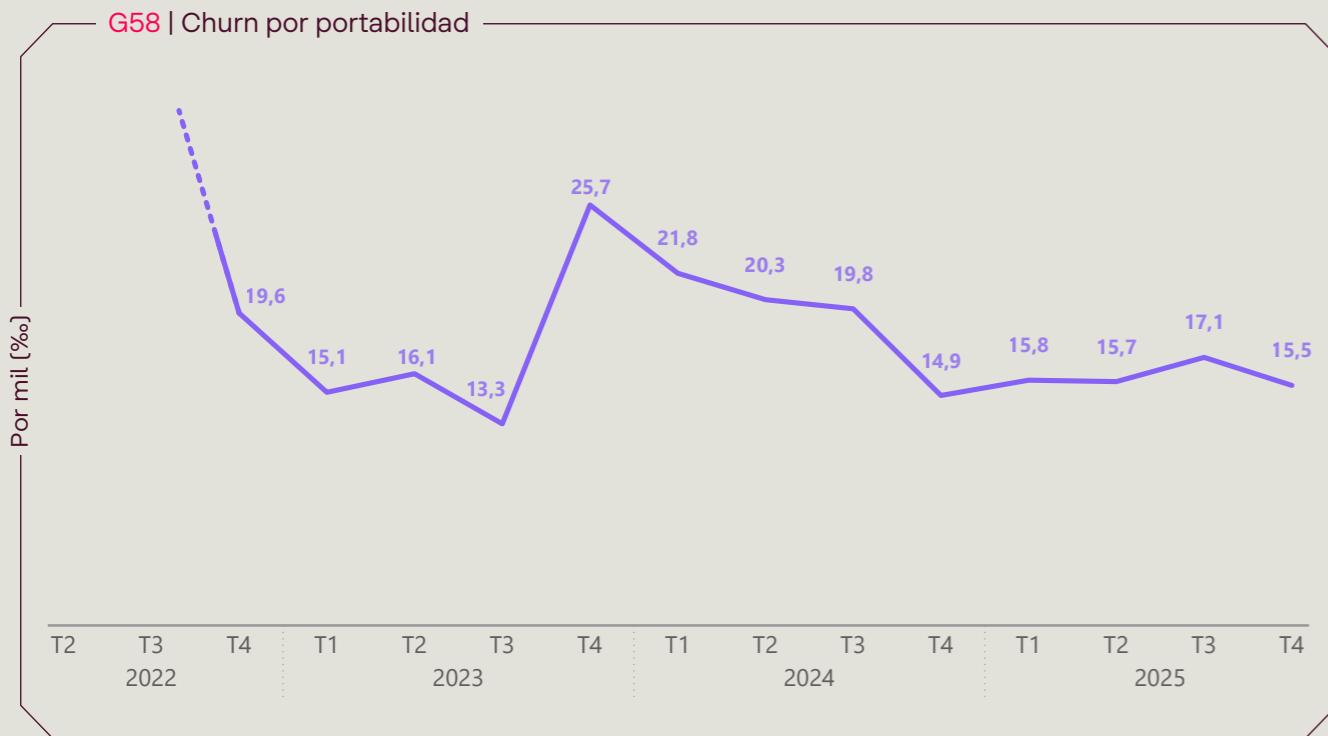
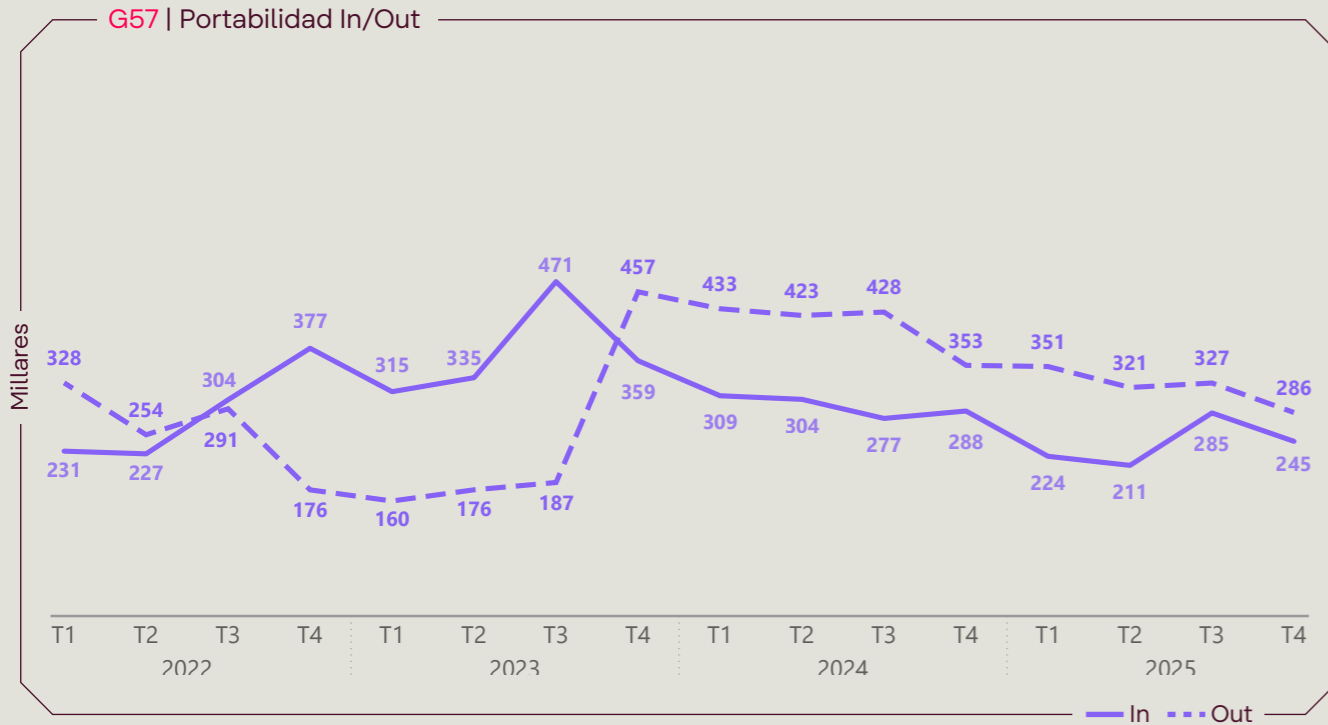
La portabilidad entrante se sitúa en 318 K operaciones, en niveles cercanos a los mínimos de la serie reciente. Como resultado, la portabilidad neta registra un saldo de -282 K clientes y mantiene valores negativos en los últimos cuatro años.

En paralelo, la captación móvil muestra ajustes durante el periodo analizado.



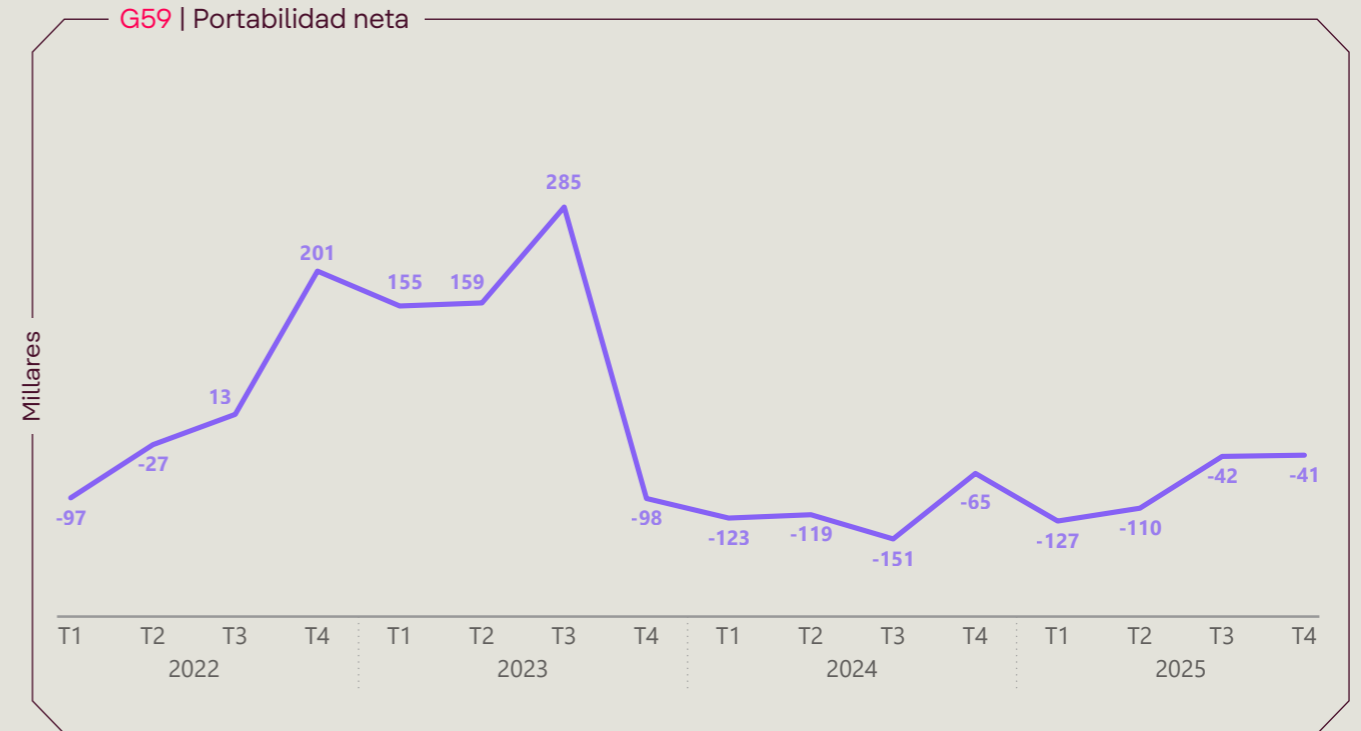
WOM reduce la intensidad de la portabilidad durante 2025

Las portabilidades entrante y saliente de WOM mantienen una tendencia descendente desde el cambio observado a comienzos de 2024. En el T4-2025, la portabilidad entrante se sitúa en 245 K operaciones y la saliente en 286 K.

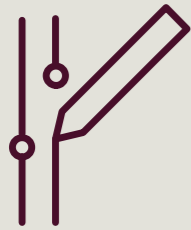


Como resultado, la portabilidad neta registra un saldo de -41 K clientes, un nivel relativamente estable respecto a los trimestres anteriores.

La captación neta móvil se sitúa en -82 K clientes en el trimestre, el valor más elevado de los últimos cuatro trimestres.



## { 06 Nuestra visión }



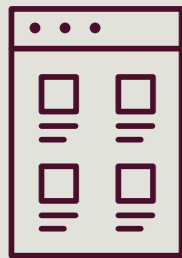
### Claro reordena su base sobre dos ejes: suscripción y fibra

Mantiene el liderazgo en los principales segmentos del mercado y muestra señales de evolución en dos frentes: en móvil, con un mayor peso relativo del postpago; y en banda ancha fija, con el avance de la migración desde redes HFC hacia FTTH. Esta combinación se produce en un contexto en el que la suscripción móvil y la fibra ganan peso dentro del mercado colombiano.



### La brecha entre prepago y postpago se amplía en uso e ingresos

La diferencia de consumo entre clientes móviles en modalidad prepago y postpago continúa aumentando y alcanza los 11,2 GB mensuales por cliente. Esta brecha de uso también se refleja en los niveles de ingreso, con diferencias relevantes entre ambas modalidades tanto en ingreso mensual por cliente como en monetización del tráfico.



### WOM y los OMV, actores relevantes en el nuevo equilibrio móvil

Su base de clientes continúa ajustándose en un contexto de cambios relevantes en el mercado móvil. La evolución de WOM, junto con la de los operadores móviles virtuales, ayudará a interpretar la dinámica competitiva del sector en un escenario marcado por la integración de Tigo y Movistar y por una estructura de mercado en proceso de reconfiguración.



### La banda ancha fija gana escala y diversifica sus actores

El número de hogares conectados con banda ancha fija alcanza los 10,27 M en T4-2025, con un crecimiento interanual del 11,3 %. Los ingresos asociados llegan a 2,55 BCOP trimestrales, tras crecer un 24 % interanual. En paralelo, el grupo “Otros” alcanza los 2,76 M de hogares conectados y se consolida como el segundo conjunto de actores del mercado, por detrás de Claro.



### Tigo y Movistar abren un nuevo escenario de integración

La operación podría modificar el equilibrio competitivo del mercado colombiano, especialmente en banda ancha fija, donde la compañía resultante alcanzaría una escala comparable a la de Claro. En móvil, combinaría bases de clientes con perfiles diferenciados en prepago y postpago, por lo que la evolución de consumo, monetización y churn será relevante para seguir el proceso.



### Starlink gana presencia en el acceso fijo

Alcanza 0,16 M de conexiones y se sitúa como el quinto operador fijo de Colombia por número de accesos. En un escenario de integración entre Tigo y Movistar, pasaría a ocupar la cuarta posición. Su crecimiento introduce una nueva referencia dentro del mercado de banda ancha fija.

# Glosario de términos

---

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

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

**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.

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

**Churn por portabilidad:** relación entre las líneas port-out y el total de líneas móviles activas de un operador.

**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.

**FWA (Fixed Wireless Access):** solución de acceso fijo a internet mediante tecnología inalámbrica, habitualmente apoyada en redes móviles, sin necesidad de una conexión fija cableada hasta el punto de servicio.

**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.

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

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

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

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

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

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

## **#BarómetroTelcoColombia** T4-2025

Informe sobre el sector de las  
telecomunicaciones en Colombia

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

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

