



# REPORTE DE INDUSTRIA DE LOS SECTORES TIC Y POSTAL 2023

SEPTIEMBRE DE 2024

REPORTE DE INDUSTRIA  
**DE LOS SECTORES  
TIC Y POSTAL**  

---

2023

## **COMITÉ DE COMISIONADOS DE COMUNICACIONES**

Lina María Duque Del Vecchio  
**Comisionada y Directora Ejecutiva**

Claudia Ximena Bustamante  
**Comisionada**

Felipe Augusto Díaz  
**Comisionado**

Zoila Vargas Mesa  
**Coordinadora Ejecutiva**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

Miguel Andrés Durán  
**Coordinador de Inteligencia y Analítica de Datos**

Santiago Bermúdez Feijóo  
Luis Carlos Ricaurte Lora

## COMUNICACIONES: EL SECTOR CLAVE EN LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA



Por: Lina María Duque Del Vecchio  
**Directora Ejecutiva de la CRC**

Desde el 2012, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) publica anualmente el Reporte de Industria, que contiene un análisis detallado sobre el estado de los sectores TIC y postal en Colombia. Este informe se ha convertido en una herramienta relevante para el monitoreo y seguimiento de la evolución de estos sectores al proporcionar información valiosa a los diferentes grupos de valor de la CRC.

La publicación de este informe se enmarca en las acciones estratégicas de la Política de Mejora Regulatoria de la CRC, bajo el pilar de Conocimiento del Ecosistema, que busca asegurar que las decisiones regulatorias se fundamenten en datos y análisis robustos, promoviendo un enfoque basado en la evidencia.

En medio de un contexto retador, dadas las necesidades de reactivación económica, el sector de comunicaciones y postal ha demostrado ser un motor de crecimiento y dinamismo, consolidándose como un eje para la competitividad y la transformación digital en Colombia. El análisis del año 2023 revela cifras alentadoras, ya que el sector creció 2,5 veces más que el crecimiento general de la economía, lo que evidencia la innegable contribución a la reactivación económica por parte de los servicios de comunicaciones y postal. Mientras que el Producto Interno Bruto creció a una tasa del 0,6%, el sector de las comunicaciones se destacó con un crecimiento del 1,5%.

También se destaca de los datos del Reporte de Industria de los Sectores TIC y Postal 2023, que los servicios de Internet móvil y fijo han mantenido su tendencia de crecimiento, con un aumento significativo tanto en el número de accesos como en los ingresos, llegando a representar



el 61,8% de los ingresos totales del sector. Además, el reporte evidencia que la penetración de los servicios de telefonía móvil e Internet móvil mantuvieron su tendencia al alza, alcanzando 167 accesos por cada 100 personas y 86 accesos por cada 100 personas, respectivamente. Asimismo, es relevante destacar el crecimiento de 24,6% de las conexiones de Internet fijo mediante fibra óptica en 2023, llegando a representar el 37% del total de conexiones.

No obstante, el sector de comunicaciones y postal también enfrenta desafíos estratégicos que pueden transformar la dinámica de competencia de algunos de los mercados que lo conforman. En efecto, a pesar de los avances, persisten brechas de conectividad en regiones con menor desarrollo económico. La cobertura de redes 4G y los planes para la expansión de 5G son vitales para asegurar que nadie se quede atrás en esta era digital. En este contexto, se observan movimientos estratégicos en el sector que deben ser monitoreados cuidadosamente. Este tipo de información es especialmente relevante para comprender

cómo evolucionan los mercados, comprender posibles cambios en la estructura competitiva y asegurar que las decisiones regulatorias estén alineadas con los desafíos y oportunidades que estos movimientos presentan.

Los invito a consultar el presente Reporte de Industria, así como su versión interactiva, la cual contiene información más detallada sobre los servicios de telecomunicaciones y postales. Estas publicaciones les permitirán acceder a un análisis profundo de los indicadores clave del sector, identificar las tendencias más recientes, y entender los desafíos y oportunidades que enfrentan. Además, ofrecen una herramienta invaluable para la toma de decisiones informadas, tanto en el ámbito empresarial como en la formulación de políticas públicas, contribuyendo así al fortalecimiento y desarrollo del sector en Colombia.

01.

# INTRO- DUCCIÓN

01

Para el 2023, el Producto Interno Bruto (PIB) colombiano creció un 0,6% en términos reales, impulsado por sectores claves como la agricultura, actividades financieras, consumo de los hogares y gasto público. Tomando como referente los niveles de 2019, antes de la pandemia de COVID-19, la economía colombiana creció un 11,0%. A pesar de los persistentes desafíos globales de cadenas de suministro e inversión, este incremento refleja una recuperación moderada de la actividad económica del país tras los efectos de la pandemia. En materia de mercado laboral, la cantidad de personas ocupadas fue superior para todos los meses del 2023 en contraste con su respectivo periodo del año anterior. Así mismo, la tasa de desempleo se ubicó en 10,2%, la cual es inferior a la tasa de 2022 en un punto porcentual, manteniendo su tendencia decreciente.

Por otro lado, las presiones inflacionarias, tanto internas como externas, persistieron en 2023, aunque con una desaceleración con respecto al año anterior. La inflación alcanzó el 9,28%, aún superior al objetivo de política monetaria, pero inferior al 13,1% de 2022. En respuesta, el Banco de la República continuó con su política de ajuste, fluctuando la tasa de intervención desde el 12% hasta el 13% entre enero y diciembre de 2023.

Bajo este contexto, las actividades económicas de Información y Comunicaciones presentaron un desempeño superior en contraste con el promedio de la economía; mientras que las presiones inflacionarias no afectaron el nivel de precios de este grupo de servicios. El valor agregado de estas actividades económicas aumentó en un 1,5%, lo que indica un comportamiento de 0,9 puntos porcentuales por encima del crecimiento total del PIB y la tasa de inflación correspondiente al grupo de los servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet fue de 0% en 2023, mostrando el mismo comportamiento observado para el año inmediatamente anterior.

Por medio de este documento, la Comisión de Regulación de Comunicaciones presenta el Reporte de Industria de los sectores TIC y Postal de 2023, cuyo objetivo es ofrecer una visión detallada de estos sectores para contribuir al conocimiento de la industria y apoyar el proceso de toma de decisiones.



Adicional a esta publicación, que contiene los datos más importantes, la CRC pone a disposición una versión interactiva<sup>1</sup> con información más detallada sobre los servicios de telecomunicaciones y postales. Es importante resaltar que esta información se complementa con varios documentos (Data Flash) publicados por la CRC sobre distintos servicios, los cuales se pueden consultar en la plataforma de datos abiertos “Postdata” ([www.postdata.gov.co](http://www.postdata.gov.co)), en donde también se incluye conjuntos de datos y tableros interactivos.

Este documento presenta la evolución de los principales indicadores agregados del sector de telecomunicaciones en Colombia, ofreciendo un análisis detallado sobre el comportamiento del número de accesos, conexiones, tráfico, ingresos y cuotas de mercado de los operadores, entre otras variables. En este sentido, se incluye información sobre los servicios de comunicaciones fijas y móviles, los servicios radiodifundidos y los servicios OTT de contenidos audiovisuales.

Además, proporciona una descripción de los indicadores del sector postal, centrado en los ingresos y el volumen de tráfico de los servicios de correo, mensajería expresa y giros postales.

1. <https://app-reporte-industria-2023.azurewebsites.net/>



02.

# PRINCIPALES RESULTADOS

2023

02



Los ingresos por servicios de Internet fijo y móvil experimentaron aumentos reales superiores al 9,6%. En relación con los accesos, los de Internet móvil presentaron el mayor incremento en el 2023, con variación anual de 12,1%. Por su parte, la penetración de Internet móvil llegó a 86,1 accesos por cada 100 personas, mientras que la de Internet fijo alcanzó los 50,3 accesos por cada 100 hogares.



El servicio de Internet fijo experimentó un aumento del 65,2% en la velocidad de descarga del segmento residencial, llegando a 222 Mbps, mientras el segmento corporativo alcanzó un promedio 236,7 Mbps, lo que representa un incremento del 90,7% con respecto al 2022. Este crecimiento se asocia tanto con aumentos en las velocidades de las conexiones por fibra óptica del 79,6% y cable del 44,6%, así como con un mayor número de accesos por fibra.



En el servicio de internet móvil, el incremento del tráfico por acceso (23%) y en el número de accesos (12%) condujo a un incremento en el tráfico total de 37%.



Las líneas de telefonía fija presentaron un decrecimiento del 3,6%, manteniendo la tendencia de los últimos años, de acuerdo con el declive del uso del servicio a nivel internacional. El tráfico de telefonía móvil experimentó una reducción del 22,6% con respecto al 2022.



Los ingresos reales de los servicios de radiodifusión mostraron tendencias decrecientes. La televisión abierta disminuyó un 8,9%, mientras que la radio presentó un decrecimiento correspondiente al 8,5%.



97% de los hogares cuentan con televisor en casa. El 53% de los hogares cuenta con un Smart TV, y el 44% restante con un televisor básico sin acceso a internet.



Los ingresos de los servicios postales presentaron una disminución del 8,9% en términos reales. Mensajería expresa continúa siendo el único servicio postal que presenta una variación real positiva de 2,8%, sostenido por el aumento del 9,8% de los envíos de tipo individual.



03.

SECTOR DE

TELECOMU-  
NICACIONES

03



En 2023, los servicios de telecomunicaciones generaron ingresos por 27,1 billones de pesos, lo que representa un aumento real<sup>2</sup> del 3,11% en comparación con 2022. Los servicios de Internet fijo y móvil representaron el 61,8% del total de ingresos del año. En contraste, los ingresos por servicios de voz fija y móvil experimentaron disminuciones reales superiores al 9,9% y 7,8%, respectivamente, mientras que la televisión por suscripción registró un ligero incremento, tanto en términos reales como nominales.

Por otro lado, los sectores dependientes de ingresos por pauta publicitaria, como los servicios de televisión radiodifundida y radio, mostraron tendencias reales similares. En ambos casos, el crecimiento de los ingresos no fue suficiente para compensar la inflación de 2023, lo que resultó en una caída real del 8,8% considerando los dos servicios.








---

2. En el presente documento, la variación real es calculada a partir del cambio en los ingresos nominales ajustados por el Índice de Precios al Consumidor-IPC (base dic-2023) del grupo de servicios comunicación fija y móvil y provisión a Internet. En el caso de los servicios de radiodifusión (TV abierta y radio) se usó IPC total





**Tabla 1. Ingresos de los servicios de telecomunicaciones 2022-2023 (en miles de millones de pesos)**

Servicio	2022	2023	Variación nominal		Variación real	
 Telefonía Fija	1.741,2	1.567,8	9,95 %	↓	9,96 %	↓
 Internet Fijo	6.635,3	7.113,3	7,22 %	↑	7,2 %	↑
 Telefonía móvil (Voz y SMS)	2.491,8	2.297,6	7,78 %	↓	7,79 %	↓
 Internet móvil	8.704,1	9.696,6	11,41 %	↑	11,4 %	↑
 TV abierta	2.315,8	2.109	1,75 %	↑	8,93 %	↓
 TV por suscripción	3.424,1	3.438,9	0,44 %	↑	0,43 %	↑
 Radio comercial	1.068	977	2,2 %	↑	8,51 %	↓
<b>Total</b>	<b>25.932,3</b>	<b>27.108,3</b>	<b>4,54 %</b>	<b>↑</b>	<b>3,11 %</b>	<b>↑</b>


Fuente: Elaboración CRC con base en los reportes de información al sistema Colombia TIC, Contaduría General de la Nación – CHIP.

Nota: Los ingresos por TV de los canales públicos regionales, locales y nacionales es la suma de las transferencias recibidas más los ingresos por Difusión de Televisión, y Programación y Producción De Televisión. Los ingresos de radio solo incluyen los ingresos de las principales cadenas radiales comerciales

En cuanto a accesos, los servicios móviles registraron el mayor crecimiento en 2023, destacándose Internet móvil con un incremento del 12,1%. La telefonía móvil sigue siendo el servicio con mayor penetración, con 167 accesos por cada 100 personas.

Entre los servicios fijos, solo Internet fijo mostró una variación positiva, aunque leve, con un crecimiento del 0,6%. Este servicio también se mantiene como el de mayor penetración a nivel de servicios fijos, con 50,3 accesos por cada 100 hogares. En contraste, la telefonía fija y la televisión por suscripción experimentaron una reducción en sus accesos en 2023, con disminuciones del 3,6% y 1,6%, respectivamente.

**Tabla 2. Accesos y penetración de los servicios de telecomunicaciones fijos y móviles en 2023**



	Internet móvil	Telefonía móvil	Internet fijo	Telefonía fija	TV por suscripción
<b>Accesos</b> (millones)	44,95	87,37	8,97	7,28	6,23
<b>Variación</b> (2022-2023)	12,1% ↑	8,1% ↑	0,6% ↑	3,6% ↓	1,6% ↓
<b>Penetración</b>	86,1 (Accesos/100 Personas)	167,3 (Accesos /100 Personas)	50,3 (Accesos /100 Hogares)	40,8 (Accesos /100 Hogares)	34,9 (Accesos /100 Hogares)

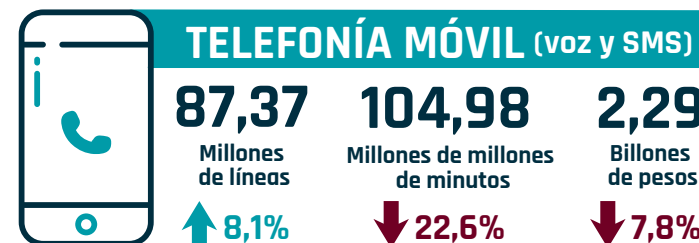
Fuente: Elaboración CRC con base en los reportes de información al sistema Colombia TIC, proyecciones de población y hogares de DANE. A continuación, se presenta con mayor detalle la evolución de los servicios móviles, fijos y los radiodifundidos.

# 3.1 SERVICIOS MÓVILES

El total de abonados a telefonía móvil alcanzó los 87,37 millones al cierre de 2023, lo que representa un incremento de 6,56 millones en comparación con 2022. La modalidad postpago representó el 24,98% de los abonados, con un crecimiento del 9,8% respecto a 2022, mientras que la modalidad prepago experimentó un crecimiento del 7,59% en el mismo período.

En cuanto al tráfico de telefonía móvil, se mantiene la tendencia decreciente observada desde el tercer trimestre de 2020, alcanzando los 104,98 miles de millones de minutos en 2023, lo que representa una reducción del 22,6% en comparación con los valores de 2022. Por su parte, los ingresos de voz móvil en 2023 fueron de 2,29 billones de pesos, lo que equivale a una disminución real del 7,8% respecto a 2022.

Para el 2023, el 84% de las líneas de la modalidad postpago consumieron servicios empaquetados de telefonía e Internet móvil. Por su parte, para esta modalidad de pago, el 6,8% de las líneas tuvo acceso al servicio de telefonía de forma individual, mientras que el 9,2% restante accedió solo al servicio de Internet móvil. En la modalidad prepago, los servicios empaquetados representan el 81,3% de las líneas que realizaron compras, seguido de telefonía individual en el 14,2% de ellas y 4,5% que sólo realizaron compras de Internet móvil.



De forma complementaria, en 2023 se registraron 8,38 millones de operaciones de portación de número, equivalente a 698 mil operaciones en promedio por mes. En comparación con el 2022, se evidencia un incremento de 3,46%.

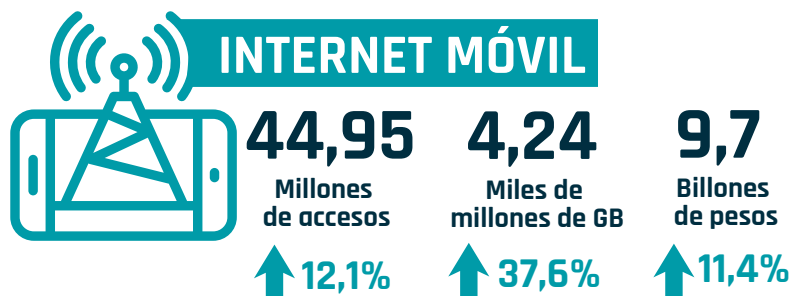
En cuanto al servicio de SMS, los ingresos fueron de 164,9 mil millones de pesos en 2023, lo que representa un crecimiento real del 5,6% con respecto a 2022. De estos ingresos, el 77,6% provinieron de mensajes intercambiados entre usuarios, y el restante 22,4% de mensajes intercambiados con proveedores de contenidos y aplicaciones a través del uso de códigos cortos. En lo que respecta al tráfico de mensajería móvil, se registró una disminución del 22,2% en el tráfico de mensajes entre usuarios en comparación con 2022, alcanzando 1.127,1 millones de mensajes en 2023. Por otro lado, los mensajes de texto a través de códigos cortos experimentaron un incremento del 10,3% con respecto al año anterior, llegando a 49.607,3 millones de mensajes.

En materia de Internet móvil, los accesos se incrementaron un 12,07% en 2023, lo que corresponde a un aumento de 4,8 millones, alcanzando un total de 44,95 millones. De estos accesos, el 89,8% corresponden a tecnología 4G, el 9,36% a 3G y el 0,86% a 2G.

Los ingresos de este servicio ascendieron a 9,69 billones de pesos en 2023, lo que equivale a un crecimiento del 11,4% en términos constantes, con respecto al año anterior.

En cuanto al tráfico<sup>3</sup>, este fue de 4.244,9 millones de GB, con un crecimiento del 37,6% frente a 2022. Del total del tráfico, el 78,1% fue generado por usuarios que pagan un cargo fijo de manera periódica. El tráfico promedio mensual por acceso al cierre de 2023 fue de 9,1 GB, un 16,7% más que en el mismo periodo de 2022.

Finalmente, al cierre de 2023 los operadores tenían 27.252 sitios<sup>4</sup> con infraestructura 4G, lo que representa un crecimiento de 4,5% con respecto a 2022.



3. El tráfico de Internet móvil por demanda podría estar sub reportado y se encuentra en revisión.

4. Corresponde al número de ubicaciones físicas de las estaciones base reportadas por cada operador.

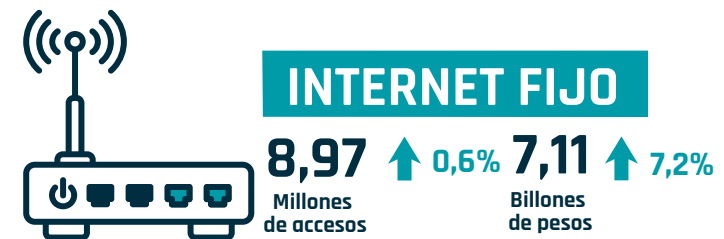


## 3.2 SERVICIOS FIJOS

Los ingresos por telefonía fija ascendieron a 1,57 billones de pesos en 2023, de los cuales el 93,1% se originaron por la telefonía fija nacional, mientras que el restante correspondió a ingresos asociados a la telefonía de larga distancia internacional. Este monto representó una reducción real del 9,96% en comparación con los ingresos registrados para este servicio en 2022.

En cuanto a las líneas, al cierre de 2023 se contabilizaron 7,28 millones, de las cuales el 86,9% pertenecían al segmento residencial. En comparación con el año 2022, las líneas disminuyeron en un 3,6% en 2023, es decir, 272 mil líneas menos. Esta disminución se debe a una reducción conjunta tanto en la modalidad residencial como en la corporativa.

En 2023, el servicio de Internet fijo alcanzó 8,97 millones de accesos, de los cuales el 89,7% pertenecen al segmento residencial. En comparación con 2022, esto representa aproximadamente 64 mil conexiones adicionales. Este comportamiento se puede explicar por el incremento de accesos de fibra óptica (655,1 mil) y la disminución de accesos en otras tecnologías como cable (-249,8 mil), xDSL (317,9 mil) e Inalámbricas (-20,1 mil).



Las velocidades promedio de descarga tanto en el segmento residencial como en el corporativo continuaron evidenciando crecimientos a lo largo de 2023. Al cierre de 2023, el segmento residencial alcanzó una velocidad promedio de descarga de 222 Mbps (en comparación con 134,4 Mbps en el cuarto trimestre de 2022), y el segmento corporativo llegó a 236,7 Mbps (frente a 124,1 Mbps en 2022-T4). Este crecimiento se asocia con los aumentos en las velocidades de las conexiones por fibra óptica, que alcanzaron 289,7 Mbps (161,3 Mbps en 2022-T4), y de cable, que llegaron a 212,7 Mbps (147,1 Mbps en 2022-T4).

En línea con la tendencia de aumento en los accesos, los ingresos por la prestación del servicio de Internet fijo registraron 7,11 billones de pesos, lo que representa un crecimiento real del 7,2%.

Finalmente, la televisión por suscripción generó ingresos de 3,43 billones de pesos en 2023, lo que representa un crecimiento real del 0,42% en comparación con el año anterior. En cuanto a suscriptores, al cierre de 2023 se registraron 6,23 millones, un 1,6% menos que en 2022. Del total de suscriptores en 2023, el 57,9% accedió mediante tecnología HFC digital, el 23,9% por IPTV, el 14,9% a través de satelital, y el 3,2% mediante HFC análoga.

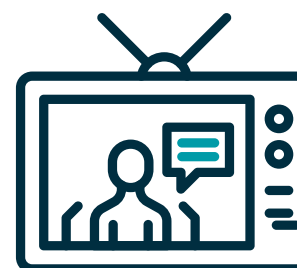




## 3.3 SERVICIOS RADIODIFUNDIDOS

Según los resultados del estudio de los servicios de OTT<sup>5</sup> en el sector de telecomunicaciones, en 2023 el 97% de los hogares contó con al menos un televisor en su hogar. Respecto del tipo de televisor, hubo un crecimiento en la tenencia de Smart TV, registrado en el 53% de los hogares, mientras que un 44% tenían TV a color sin acceso directo a Internet. Por otro lado, independientemente del tipo de señal de televisión, ya sea TV analógica, TDT o TV por suscripción, el consumo de contenido audiovisual se concentra en noticias (39,2%), seguido de novelas (23,2%) y películas (20,2%), considerando los tres sistemas de acceso.

En materia de ingresos, el servicio de televisión abierta obtuvo 2,11 billones de pesos, lo que representa una reducción de 8,93% en términos reales en comparación con 2022. Los mayores ingresos fueron obtenidos por la televisión nacional privada, la cual presentó un decrecimiento real del 17%. En contraparte, los ingresos de televisión pública regional crecieron un 12,5%, lo cual está relacionado con la venta de otros servicios (publicidad, eventos), representando el 15,7% de los ingresos.



**TV ABIERTA**

**2,11** Billones  
de pesos

**↓ 8,93%**

5. CRC, 2023. "El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia" Disponible en: <https://www.postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2023>.

**Tabla 3. Ingresos operadores TV abierta por modalidad (miles de millones)**

Modalidad	2022	2023	Variación nominal		Variación real	
Televisión Nacional Privada	1.514	1.256,2	7,3 %	↓	17 %	↓
Interés público regional	380,8	428,5	25,7 %	↑	12,5 %	↑
Interés público nacional	299,1	316,6	18,3 %	↑	5,9 %	↑
Interés público nacional en concesión	57,6	46,9	8,9 %	↓	18,5 %	↓
Local con ánimo de lucro	30,7	23,7	13,5 %	↓	22,6 %	↓
Local sin ánimo de lucro	33,6	36,9	22,8 %	↑	9,9 %	↑
<b>TOTAL</b>	<b>2.315,8</b>	<b>2.109</b>	<b>1,76 %</b>	<b>↑</b>	<b>8,9 %</b>	<b>↓</b>

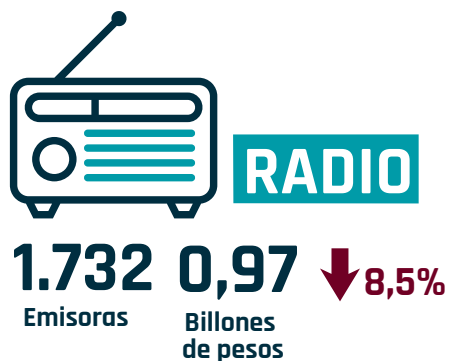
Fuente: Contaduría General de la Nación – CHIP, FUTIC.

Nota: Los ingresos de los canales públicos regionales, locales y nacionales es la suma de: Transferencias, ingresos por Difusión de Televisión, y Programación y Producción De Televisión, Otros servicios (publicidad y otros), Comisiones por venta de publicidad.



Según la información del Ministerio de TIC, en el año 2023<sup>6</sup> Colombia tenía 1.732 emisoras radiales, de las cuales 775 son comunitarias, 616 son comerciales y 341 son emisoras de interés público<sup>7</sup>. Así mismo, 326 tienen frecuencia asignada en banda AM y las restantes 1.406 en la banda FM.

De acuerdo con información del Sistema Integrado de Reportes Financieros de la Superintendencia de Sociedades, los principales grupos radiales con frecuencias comerciales registraron ingresos ordinarios de 977 mil millones de pesos en 2023, 8,5% menos en términos reales que los registrados el año inmediatamente anterior.



6. Información actualizada en marzo de 2024.

7. Son ejemplo de estas emisoras las Radio Pública Nacional de Colombia, emisoras de la Fuerza Pública, emisoras territoriales, emisoras educativas, emisoras educativas universitarias, emisoras para atención y prevención de desastres.



## 3.4 SERVICIOS OTT DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES

De acuerdo con información de Business Bureau, en el cuarto trimestre de 2023, el 90,7% de los hogares con Internet fijo consumieron contenidos audiovisuales a través de servicios OTT<sup>8</sup>. Respecto a la visualización de programas, se encontró que para las aplicaciones en línea la mayor cantidad de programas vistos son películas (24%) y series (21%), mientras que las noticias presentan un bajo porcentaje (12%). Esto contrasta con lo que se consume desde la televisión analógica, en donde las noticias fueron los programas más vistos en 2023 (37%). Según los resultados del Estudio de OTT de la CRC en 2023<sup>9</sup>, las aplicaciones más utilizadas fueron Netflix (43%), seguido de Prime video y HBO Max (con el mismo porcentaje de 10%).

Los modelos de negocio de servicios OTT audiovisuales con mayor penetración en los hogares colombianos con Internet fijo son: video por demanda gratuito o con publicidad (92%), seguido de servicios de video por demanda con suscripción (80%). Por su parte, la modalidad de acceso de TV everywhere<sup>10</sup> presentó una penetración del 33%, lo que representa una reducción de 5,5 porcentuales en relación al 2022.

8. Los servicios OTT consisten en la transmisión de audio, video, texto y otros contenidos a través de Internet sin la intervención de los operadores tradicionales.

9. CRC, 2023. "El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia" Disponible en: <https://www.postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2023>.

10. El modelo TV Everywhere hace referencia al tipo de acceso a través de plataformas que replican la oferta de la TV por suscripción por medio de Internet. Hay plataformas gratuitas o pagas.

Los hallazgos en materia de cord-cutters del Estudio OTT 2023<sup>11</sup> muestran que el 2% de los hogares canceló el servicio de televisión por suscripción por tener aplicaciones de servicios de contenidos en línea. Este porcentaje es inferior en 2 puntos porcentuales con respecto al encontrado en el 2022. La principal razón (64%) que manifestaron los usuarios para la cancelación del servicio de TV por suscripción está relacionada con que en el hogar no utilizaban este servicio.

11. *Ibidem*.

0.4.




# SECTOR POSTAL

0.4

En 2023, los operadores de servicios postales generaron ingresos por 2,517 billones de pesos, lo que representa una disminución real del 8,92% en comparación con 2022.

Se realizaron más de 373 millones de envíos, de los cuales el 75,4% correspondió a mensajería expresa, el 18,4% a giros, y el 6,2% a envíos de correo realizados por el Operador Postal Oficial.

**Tabla 4. Ingresos (miles de millones de pesos) del sector postal según servicio**

Servicio		2022	2023	Variación nominal	Variación real
	Correo	114,5	84,53	17,72 % ↓	26,17 % ↓
	Mensajería expresa	1.991,7	2.047,9	14,88 % ↑	2,82 % ↑
	Giros postales	658,4	385,5	34,57 % ↓	41,45 % ↓
<b>Total</b>		<b>2.764,6</b>	<b>2.517,9</b>	<b>1,78 % ↑</b>	<b>8,92 % ↓</b>

Fuente: Elaboración CRC con base en los reportes de información al sistema Colombia TIC.

El Operador Postal Oficial dispuso de 1.250 puntos físicos para la prestación de sus servicios postales, de los cuales el 88,1% estaban ubicados fuera de las capitales departamentales. Esto representa 65 puntos físicos menos que en 2022.

En cuanto a mensajería expresa, se registró un aumento en los puntos físicos, alcanzando los 8.175, lo que equivale a un incremento del 18,8% con respecto a 2022. Además, la proporción de puntos de atención en ciudades capitales disminuyó del 62,5% en 2022 al 53,3% en 2023. Este crecimiento se concentró principalmente en municipios no capitales, con 1.243 nuevos puntos en todo el territorio nacional en comparación con 2022.

Finalmente, los operadores postales de pago ofrecieron más de 44 mil puntos de atención, lo que representa una reducción de más de 1.600 puntos en comparación con 2022, siendo esta disminución especialmente notable en las capitales departamentales.

**Tabla 5. Número de puntos de atención físicos de servicios postales según tipo de servicio**

Servicio	2022	2023
Correo	1.315	1.250
Mensajería expresa	6.871	8.175
Giros postales	46.144	44.512

Fuente: Elaboración CRC con base en los reportes de información al sistema Colombia TIC.

A continuación, se presentan los datos más relevantes de cada uno de los servicios postales. Para mayor detalle, se puede consultar la plataforma de datos abiertos Posdata<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> En este enlace encontrará el contenido relacionado con servicios postales [https://www.postdata.gov.co/search/field\\_topic/mercado-postal-30/type/flash?sort\\_by=created](https://www.postdata.gov.co/search/field_topic/mercado-postal-30/type/flash?sort_by=created)

# 4.1 CORREO

El servicio de correo es prestado exclusivamente por Servicios Postales Nacionales S.A.<sup>13</sup>, cuyos ingresos por este concepto alcanzaron los 84,46 mil millones de pesos en 2023, lo que representa una disminución real del 26,17% en comparación con 2022.

Al desglosar los ingresos por tipo de envío, los individuales representaron el 80,3% del total, con una caída real del 13,6% respecto a los ingresos del 2022. Esta disminución se debe a las reducciones en los envíos internacionales, tanto de entrada (-29,8%) como de salida (-69,1%), así como en el ámbito nacional (-19,17%). Solo el ámbito local mostró una variación real positiva en sus ingresos, con un crecimiento del 19%. En cuanto a los envíos masivos, los ingresos reales se redujeron un 53,6% en comparación con 2022. Por tipo de ámbito, el local decreció un 67,1% y el nacional experimentó una disminución del 45,1%.

En 2023, se contabilizaron 22,9 millones de envíos, lo que representa una disminución del 49,7% en comparación con 2022. Por tipo de envío, los masivos representaron el 60,2% del total, con una reducción del 60,2% con respecto a 2022. Dentro de esta categoría, tanto los envíos locales como los nacionales disminuyeron 66,9% y 56%, respectivamente. En cuanto a los envíos individuales, y en línea con lo observado en los ingresos, solo el ámbito local mostró un aumento en sus envíos con un incremento del 19,3%.

<sup>13</sup>. Este servicio se divide en:

- *Envíos de Correspondencia: es el servicio por el cual el Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo recibe, clasifica, transporta y entrega objetos postales, el cual se clasifica en prioritarios y no prioritarios de correo de hasta dos (2) kilogramos.*
- *Encomienda: Servicio obligatorio para el Operador Postal Oficial o Concesionario de correo, que consiste en la recepción, clasificación, transporte y entrega no urgente, de objetos postales, mercancías, paquetes o cualquier artículo de permitida circulación en el territorio nacional o internacional, con o sin valor declarado, hasta un peso de 30 Kg.*



**CORREO**

**22,9**

Millones  
de envíos

↓ **49,7%**

**84,53**

Miles de  
millones de  
accesos

↓ **26,17%**

## 4.2 MENSAJERÍA EXPRESA

En 2023, se realizaron 281,4 millones de envíos a través del servicio de mensajería expresa, un aumento del 0,78% en comparación con 2022.

El año 2023 marcó un cambio en la tendencia, donde los envíos masivos, que habían predominado en años anteriores, ahora representaron el 49% del total, mientras que los individuales registraron más de 143 millones de envíos.

A nivel geográfico, el 55,4% de los envíos fueron de ámbito nacional, el 41,3% de ámbito local, el 2,6% correspondió a envíos internacionales de entrada, y el 0,7% a envíos internacionales de salida.

En términos de ingresos, la prestación de este servicio generó 2,05 billones de pesos en 2023, lo que representa un incremento real del 2,8% respecto a 2022. Desglosado por tipo de envío, los individuales generaron 1,82 billones de pesos, con un aumento del 4,9% en comparación con el año anterior, mientras que los envíos masivos experimentaron una caída del 11,4%. En cuanto a la distribución por ámbito, los envíos nacionales representaron el 74,4% de los ingresos, seguidos por el ámbito local con un 13,4%.



### MENSAJERÍA EXPRESA

**281,4**

Millones  
de envíos

↑ 0,79%

**2,05**

Billones  
de pesos

↑ 2,8%

## 4.3 GIROS POSTALES

En 2023, los operadores de servicios postales de pago movilizaron un total de 12,03 billones de pesos a través de 68,6 millones de giros. Tanto el valor de los giros como el número de envíos registraron una disminución anual, con caídas del 34,2% y 35,4%, respectivamente.

Por la prestación de este servicio, los operadores obtuvieron ingresos de 385,4 mil millones de pesos, lo que representa una reducción real del 41,4% en comparación con 2022. Los giros nacionales representaron el 99,3% de estos ingresos.

En promedio, en 2023 los operadores recibieron \$5.613 por cada giro, lo que supone una disminución del 9,4% con respecto a lo obtenido en 2022.



**68,6**  
Millones  
de giros

↓ **35,4%**

**12,03**  
Billones  
de pesos  
movilizados

↓ **34,2%**

**0,38**  
Billones  
de pesos

↓ **41,4%**



REPORTE DE INDUSTRIA  
**DE LOS SECTORES  
TIC Y POSTAL**  

---

2023



# REPORTE DE INDUSTRIA DE LOS SECTORES TIC Y POSTAL

2023

SEPTIEMBRE DE 2024