



filbo®

Feria Internacional del Libro de Bogotá

2026

BALANCE INTEGRADO DEL EVENTO

CON COMPARACIÓN INTERANUAL

2024 · 2025 · 2026

Resultados de la medición del evento · 21 de abril – 4 de mayo de 2026
Observatorio de Turismo de Bogotá · Instituto Distrital de Turismo ·



OBSERVATORIO
DE TURISMO DE BOGOTÁ
— I D T —

Contenido

- 1 Nota metodológica**
Tres mediciones probabilísticas comparables
- 2 Balance general del evento**
Seis cifras que resumen la FILBo 2026
- 3 Asistencia y perfil del público**
Quiénes asistieron y cómo cambió el público
- 4 La FILBo como motor turístico**
Motivo de viaje, pernoctación y alojamiento
- 5 Gasto e impacto económico**
Gasto total realizado y su evolución
- 6 Satisfacción y fidelización**
Cómo evolucionó la valoración del público
- 7 Experiencia del evento**
Lo que mejor funcionó en esta versión
- 8 Alertas, oportunidades y conclusiones**
Tendencias y agenda para la próxima edición



01. NOTA METODOLÓGICA

Dos mediciones, un solo cuerpo de evidencia

ENCUESTA DE EVENTO — OBSERVATORIO IDT

2.165 encuestas efectivas (135% de la muestra prevista), aplicadas en 6 días de feria mediante entrevista directa con dispositivo móvil de captura.

Diseño por cuotas con estimador doblemente robusto

(Valliant, 2019; Wu, 2022), usando la Encuesta Bial de Culturas como marco auxiliar. Coeficiente de variación < 5% en variables principales.

Serie probabilística 2024–2026:

las tres ediciones comparten diseño, habilitando la comparación interanual directa de asistencia, perfil, gasto y motivo de viaje.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN — ORGANIZADOR

1.195 encuestas en tres segmentos: expositores (370), visitantes masivos (513) y visitantes especializados (312), con serie comparable 2023–2026.

Mide:

Satisfacción, recomendación (NPS*), lealtad, pabellones, programación, publicidad y servicios del evento — dimensiones que la encuesta del Observatorio no cubre.

CRITERIO DE INTEGRACIÓN

Ambas fuentes se leen como un solo cuerpo de evidencia sobre el mismo evento, organizado por temas. Cuando las dos miden lo mismo, prima la cifra del Observatorio por su respaldo probabilístico; los indicadores de experiencia y satisfacción provienen del organizador por ser su medición especializada.

Fuente: Encuesta de evento FILBo 2026, Observatorio de Turismo de Bogotá – IDT (2.165 encuestas efectivas).

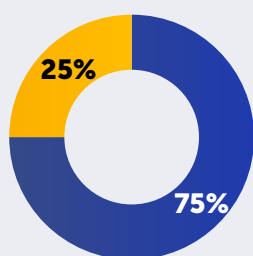
Fuente: Encuesta de satisfacción FILBo 2026 aplicada por el organizador del evento (expositores n=370; visitantes masivos n=513; visitantes especializados n=312)

* NPS: El Net Promoter Score es un indicador clave que mide la lealtad y la satisfacción del cliente a través de una sola pregunta sobre la probabilidad de recomendación

02. BALANCE GENERAL

Seis cifras que resumen la FILBo 2026

¿QUIÉN ASISTIÓ?



TOTAL ASISTENCIA:
563.000 personas de las cuales

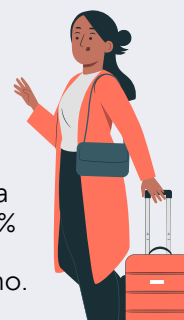
- 75% residentes
- 25% visitantes

El visitante sube del 14% (2025) al 25%.

MOTOR DEL VIAJE A BOGOTÁ

86,1%

De los visitantes viajó a Bogotá con la FILBo como motivo principal, y el 53% pernoctó en la ciudad: la Feria actúa como dinamizador directo del turismo.



SATISFACCIÓN GENERAL

8,5 / 10



Calificación del público general, con NPS de 77 puntos, al alza frente a 2025. Los visitantes profesionales calificaron aún más alto: 8,7.

IMPACTO ECONÓMICO

\$51.472 Mill

Gasto total de los visitantes durante su estadía (COP). El visitante gasta casi el doble que el residente (\$490.309 vs. \$285.278), con las compras como principal rubro.

FIDELIZACIÓN Y RENOVACIÓN

9,4 / 10

Intención de asistir a la próxima versión. Además, 1 de cada 4 visitantes de fuera de Bogotá llegó por primera vez: la Feria fideliza y renueva público a la vez.

ESTADÍA DEL TURISTA

4,3 noches

Estancia promedio de quienes pernoctaron. El 30% se alojó en hotel y el 60% en casa de familiares o amigos, con estadías típicas de 2 a 3 noches.



Fuente: Encuesta de evento FILBo 2026, Observatorio de Turismo de Bogotá – IDT (2.165 encuestas efectivas).

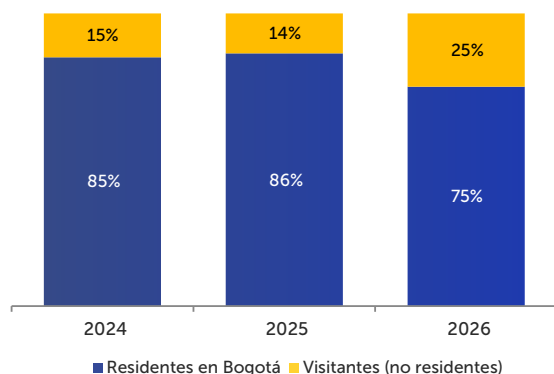
Fuente: Encuesta de satisfacción FILBo 2026 aplicada por el organizador del evento (expositores n=370; visitantes masivos n=513; visitantes especializados n=312).

Cifras descriptivas: corresponden a las personas encuestadas.

03. ASISTENCIA Y PERFIL DEL PÚBLICO

568.000 asistentes : el visitante de fuera gana peso en 2026

COMPOSICIÓN DE LA ASISTENCIA (2024–2026)



VISITANTES: 15% • 13,7% • 25% (+11,3 P.P.)

419.301 residentes y 140.407 visitantes. Suba (15,3%), Kennedy y Engativá lideran entre residentes.

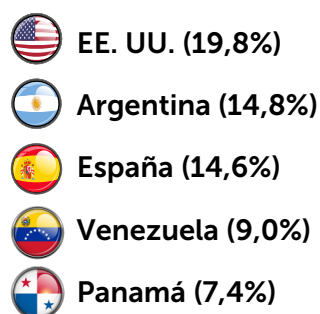
ORIGEN DEL VISITANTE

13% de los visitantes en 2026

PARTICIPACIÓN INTERNACIONAL

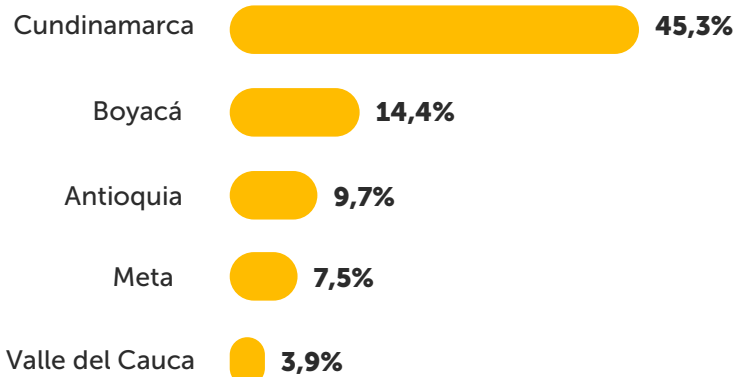


El visitante internacional se ha triplicado desde 2024. En 2026 lideran:



Fuente: Encuesta de evento FILBo 2026, Observatorio de Turismo de Bogotá – IDT (2.165 encuestas efectivas). Serie 2024–2026 comparable. Distribuciones de origen y localidad de carácter descriptivo.

ORIGEN NACIONAL 2026 (TOP 5)



CUNDINAMARCA: 52,6% (2025) ➔ 45,3% (2026)

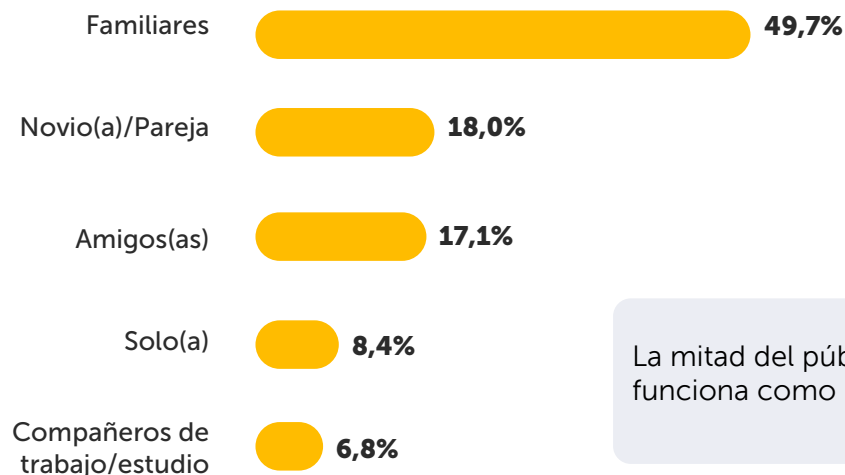
Cundinamarca, Boyacá y Antioquia concentran ~69% del visitante nacional, gana participación Antioquia vs 2025 (+5,9 p.p.).



Fuente: Encuesta de evento FILBo 2026, Observatorio de Turismo de Bogotá – IDT (2.165 encuestas efectivas). Serie 2024–2026 comparable. Distribuciones de origen y localidad de carácter descriptivo.

Un plan **familiar y recurrente**, de público vinculado al mercado laboral

¿CON QUIÉN ASISTIÓ A LA FERIA?



La mitad del público asiste en familia: la FILBo funciona como plan social y familiar de ciudad.

66,4%

OCUPACIÓN

De los asistentes trabaja; otro 15,6% trabaja y estudia a la vez, y 12,1% se dedica a estudiar: audiencia activa en el mercado laboral.

85,4%

PÚBLICO RECURRENTE

Ha asistido a dos o más versiones de la Feria: 34,1% entre dos y cuatro, 27,0% entre cuatro y seis, y 18,1% a más de seis.

14,6%

PÚBLICO NUEVO

Asistió por primera vez en 2026: la base fidelizada convive con una incorporación constante de nuevos asistentes.



Fuente: Encuesta de evento FILBo 2026, Observatorio de Turismo de Bogotá – IDT.

04. LA FILBO COMO MOTOR TURÍSTICO

La Feria es **la razón del viaje**, no una actividad complementaria

MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE

86,1%

de los visitantes no residentes viajó a Bogotá con el propósito principal de asistir a la FILBo 2026.

Visita a familiares y amigos: **6,4%**

Vacaciones, recreación u ocio: **2,6%**

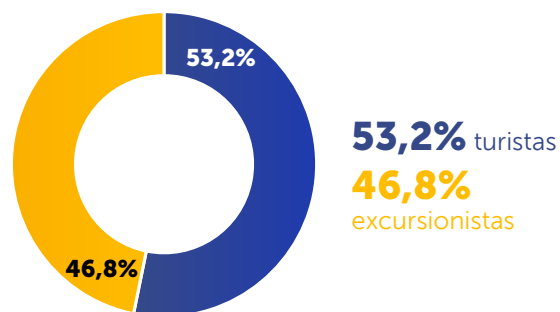
VIAJÓ POR LA FILBo (VISITANTES)

84,2% **86,1%**

2025

2026

¿PERNOCTA EN BOGOTÁ?



Estancia promedio de **4,3 noches de los turistas**: 28% tres noches, 26% dos y 27% entre cuatro y siete, en línea con la duración de la Feria

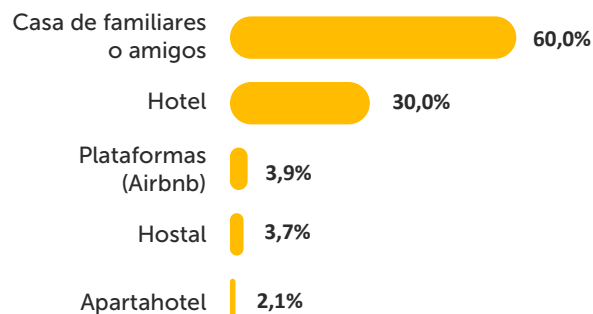
EVOLUCIÓN PART % TURISTAS (SE HOSPEDAN)

40,9% **53,2%**

2025

2026

TIPO DE ALOJAMIENTO 2026



EVOLUCIÓN HOSPEDAJE (VISITANTES)

Hotel: 36,5% (2025) ➔ 30,0% (2026)

Casa fam./amigos: 55,5% ➔ 60,0%

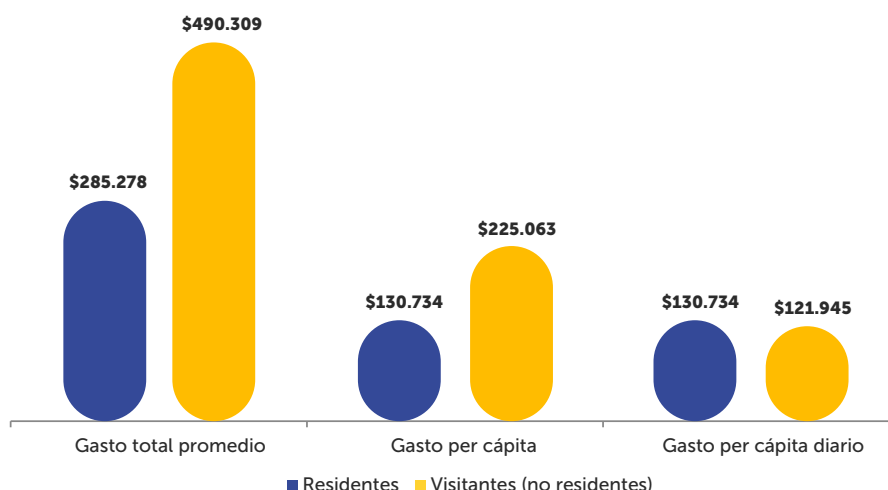
El alojamiento no comercial se consolida (~60%): oportunidad de conversión hotelera.

Fuente: Encuesta de evento FILBo 2026, Observatorio de Turismo de Bogotá – IDT (2.165 encuestas efectivas). Serie 2024–2026 comparable. Noches y alojamiento de carácter descriptivo.

05. GASTO E IMPACTO ECONÓMICO

El visitante gasta **casi el doble** que el residente durante su visita

GASTO PROMEDIO DURANTE LA VISITA (COP)



El gasto per cápita diario es comparable entre ambos grupos: la brecha total responde a la duración de la estadía del visitante.

PRINCIPAL RUBRO DE GASTO

COMPRAS DE LIBROS

Las compras —libros incluidos— lideran el gasto por encima de alimentación, transporte y alojamiento: consumo cultural y editorial.

GASTO PER CÁPITA

\$225.063

Del visitante, frente a \$130.734 del residente: el público de fuera irriga más recursos a la economía local.

PALANCA DE IMPACTO

PERNOCTAR

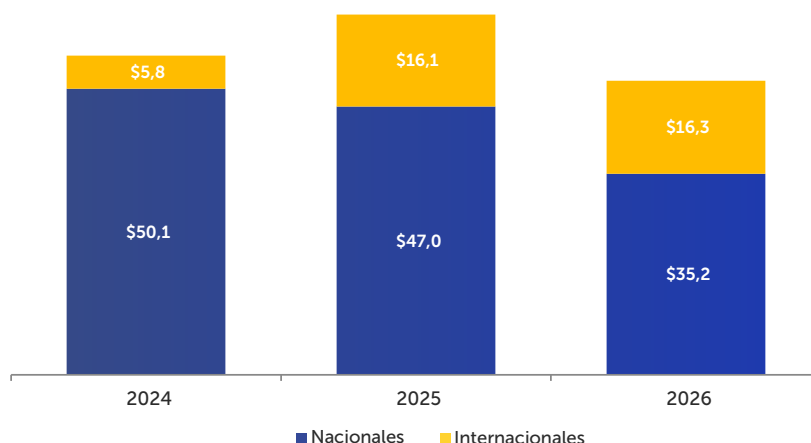


Convertir excursionistas (46,8%) en turistas con noches pagas es la vía más directa para ampliar el impacto económico.

Fuente: Encuesta de evento FILBo 2026, Observatorio de Turismo de Bogotá – IDT (2.165 encuestas efectivas). Cifras descriptivas: corresponden a las personas encuestadas.

Impacto económico agregado : **\$51.472 millones** de los visitantes

GASTO TOTAL DE LOS VISITANTES (MILES DE MILLONES COP)



Totales: \$55.943 M (2024) ➔ \$63.100 M (2025) ➔ \$51.472 M (2026). La caída del gasto total en 2026 refleja el menor gasto promedio del visitante y también puede estar influida por la menor duración de la Feria, que pasó de 17 días en 2025 a 14 días en 2026. Aunque la participación de los visitantes internacionales crece, su gasto total se mantiene frente a 2025.

PESO DEL GASTO INTERNACIONAL

31,6% 

del gasto total en 2026, frente a 10,4% en 2024 y 25,6% en 2025: el turista extranjero aporta cada vez más.

APORTE POR ORIGEN 2026

\$35,2 MM 

aportan los visitantes nacionales y \$16,3 MM los internacionales, pese a ser una fracción mucho menor del público.

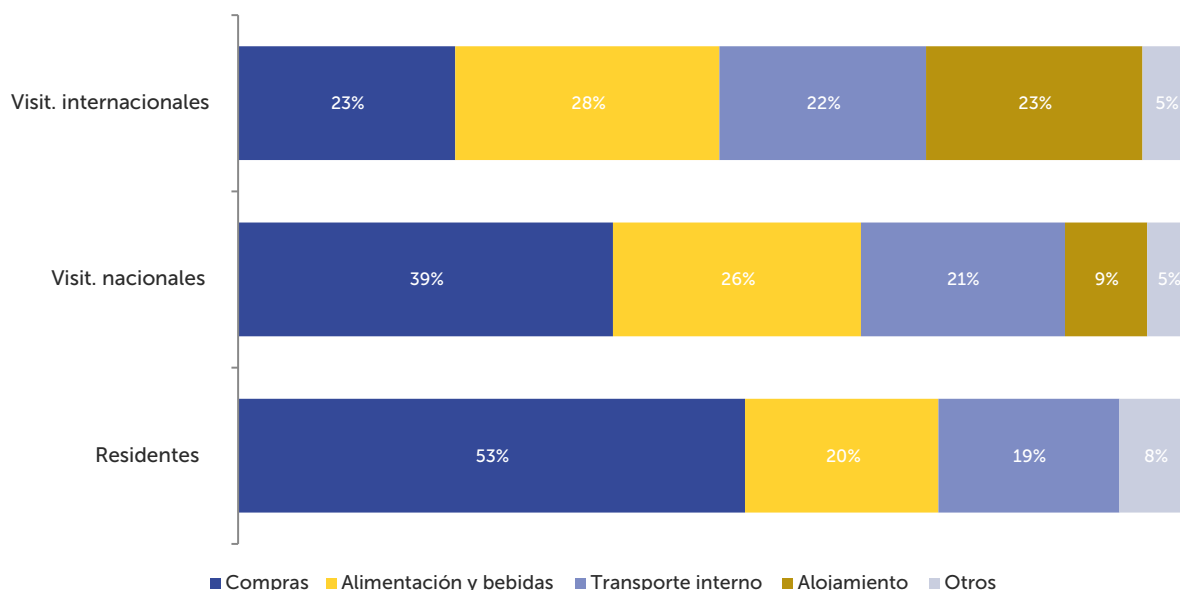
NOTA TÉCNICA — CÁLCULO DEL GASTO TOTAL

El gasto total se estima como la suma-producto del gasto total declarado por los factores de expansión de la muestra, expandiendo así el gasto observado al universo de asistentes de cada segmento.

Fuente: Encuesta de evento FILBo 2026, Observatorio de Turismo de Bogotá – IDT (2.165 encuestas efectivas). Serie 2024–2026 comparable. Gasto total expandido con factores de expansión de la muestra.

En qué se gasta : las compras lideran, el alojamiento marca al internacional

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO POR RUBRO SEGÚN TIPO DE ASISTENTE (2026)



Los residentes no reportan alojamiento (no pernoctan). Entre internacionales, el alojamiento (22,7%) casi iguala a las compras.

COMPRAS (NACIONALES)

39%

Rubro líder y estable:
40,1% ➤ 39,3% ➤ 39,3%
en la serie. El gasto editorial
es el corazón del consumo.

ALOJAMIENTO

+4,2 P.P.

Sube de 4,4% (2024) a 8,6%
(2026) entre nacionales: más
pernoctación pagada que
hace dos años.

TRANSPORTE

21,4%

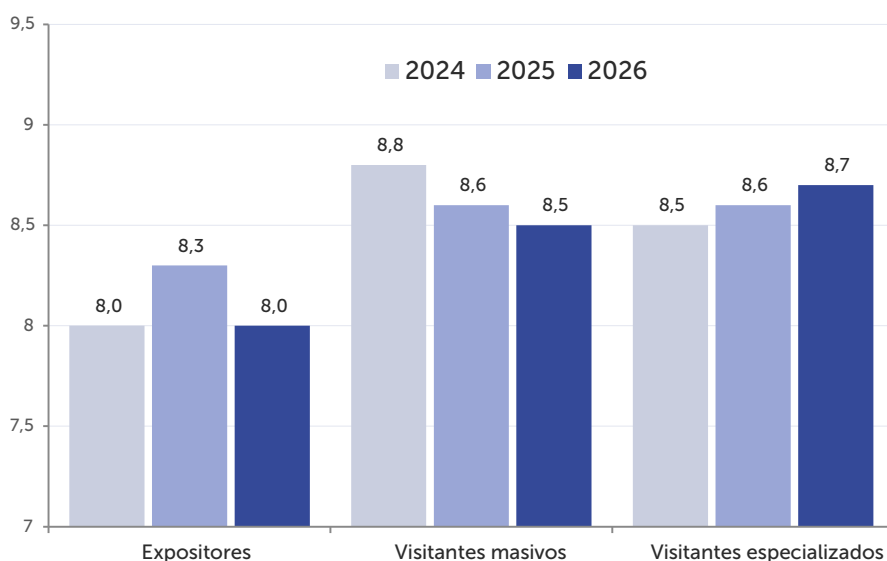
Creció frente a 2024 (12,4%):
mayor movilidad interna del
visitante durante su estadía.

Fuente: Encuesta de evento FILBo 2026, Observatorio de Turismo de Bogotá – IDT (2.165 encuestas efectivas). Serie 2024–2026 comparable. Participación por rubro sobre el gasto de cada segmento.

06. SATISFACCIÓN Y FIDELIZACIÓN

El público califica alto y **recomienda más que en 2025**

SATISFACCIÓN GENERAL POR SEGMENTO (ESCALA 1–10)



Los visitantes especializados mejoran de forma sostenida (8,5 ➔ 8,6 ➔ 8,7); los expositores retroceden a 8,0 (ver alertas).

NPS — PÚBLICO GENERAL (VISITANTES MASIVOS)

77 70 72 77
2024 2025 2026

+7 puntos desde 2024 ·
especializados: 82

LEALTAD

9,3–9,4

Probabilidad de volver, estable y alta: masivos 9,1 ➔ 9,2 ➔ 9,3 en la serie.

INTENCIÓN PRÓXIMA VERSIÓN

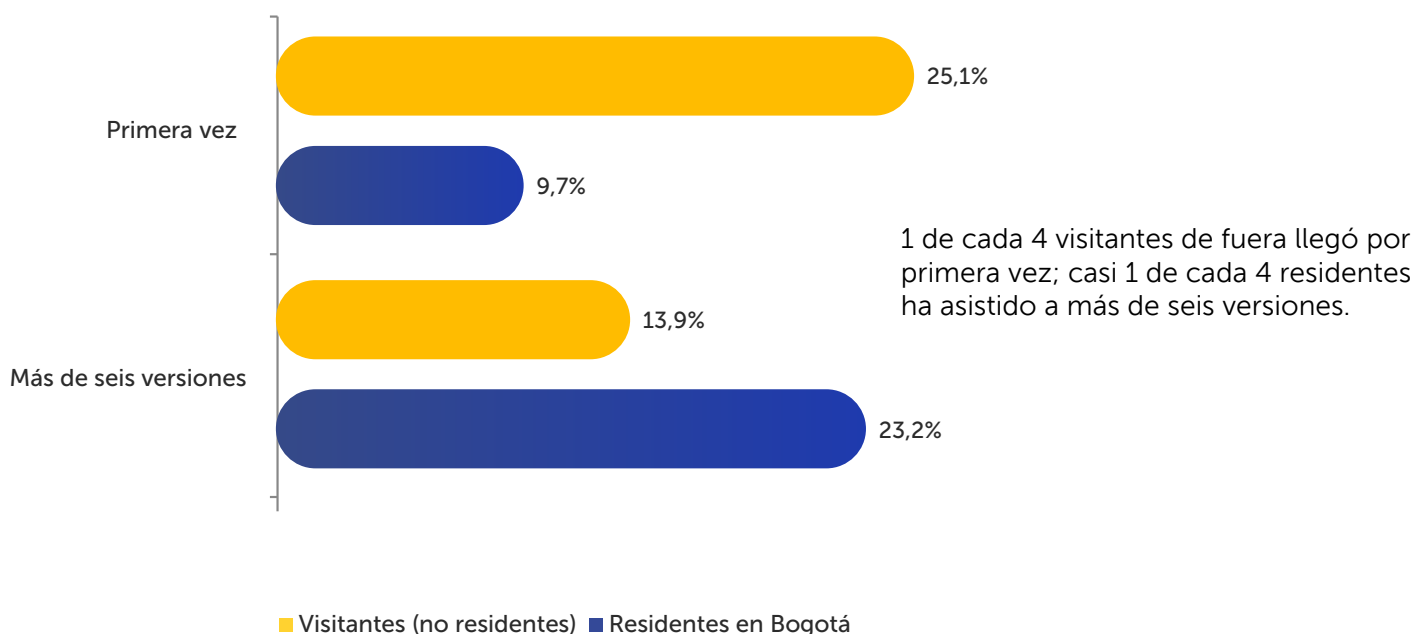
9,4/10

Masivos: 9,1 ➔ 9,2 ➔ 9,4. El público ya planea regresar en 2027; los expositores también (9,3).

Fuente: Encuesta de satisfacción FILBo 2026 aplicada por el organizador del evento (expositores n=370; visitantes masivos n=513; visitantes especializados n=312). Serie 2024–2026 del organizador (visitantes masivos, salvo indicación).

La Feria fideliza al público local y renueva con audiencia de fuera

RECURRENCIA SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA (% DE ASISTENTES)



CANAL CLAVE PARA ATRAER VISITANTES

REDES Y VOZ A VOZ

Entre visitantes pesan más internet y redes (34,1%) y la recomendación de familiares o amigos (25,4%); entre residentes domina la tradición (39,6%).

PÚBLICO NUEVO DE FUERA

25,1%

De los visitantes no residentes asistió por primera vez, frente a 9,7% de los residentes: audiencia nueva constante desde otras regiones.

LECTURA ESTRATÉGICA

DOBLE ROL

La FILBo consolida un público local fiel y, a la vez, opera como puerta de entrada de nuevos visitantes a Bogotá.

Fuente: Encuesta de evento FILBo 2026, Observatorio de Turismo de Bogotá – IDT (2.165 encuestas efectivas). Cifras descriptivas: corresponden a las personas encuestadas.

07. EXPERIENCIA DEL EVENTO

Lo que mejor funcionó : **pabellones y programación**

PABELLÓN COLOMBIA

9,1 / 10

La mejor calificación del evento entre visitantes profesionales (8,8 en público general). Destacan la representación cultural (47%) y el montaje (9,0–9,1).

SERVICIOS EN LÍNEA

9,1 / 10

La boletería en línea fue el servicio digital mejor calificado; página web (8,8) y stand virtual (8,8) también mejoran o se sostienen.

PROGRAMACIÓN CULTURAL

8,9 / 10

El 72–73% está totalmente de acuerdo con la pertinencia temática y la calidad de la agenda; principal motivador de visita después de las compras.

MUESTRA COMERCIAL

8,9 / 10

Calidad (8,9) y cantidad (8,8) de expositores bien evaluadas por el público; la presencia de marcas líderes del sector alcanza 8,9.

JORNADAS PROFESIONALES

8,8 / 10

Satisfacción al alza frente a 2025 (8,7). Los Foros del Libro fueron la actividad más reconocida (36%) y la mejor valorada (28%).

PABELLÓN INDIA

8,4 / 10

El país invitado de honor subió de 7,5 a 8,4 entre profesionales (+0,9). La logística de ingreso (9,0) y los precios de la oferta (de 7,4 a 8,8) explican la mejora.

Fuente: Encuesta de satisfacción FILBo 2026 aplicada por el organizador del evento (expositores n=370; visitantes masivos n=513; visitantes especializados n=312). Calificaciones de visitantes masivos y especializados según el módulo correspondiente.

08. ALERTAS Y OPORTUNIDADES

Cuatro señales para la próxima edición

EXPOSITORES: RECOMENDACIÓN A LA BAJA

NPS 52 (-3)

Único segmento que retrocede: los detractores pasaron de 8% a 11% y la satisfacción general cayó de 8,3 a 8,0. La gestión comercial (8,2) y la rueda de negocios (6,7 en negocios concretados) son los focos de trabajo.

LA COMPRA DEL PÚBLICO GENERAL CAYÓ

85% ➔ 74%

La proporción de asistentes que compró en la Feria bajó 11 p.p. Entre quienes no compraron, 85% señala el alto costo de los libros y 72% la falta de descuentos y promociones.

LA PUBLICIDAD CONVOCA MENOS

7,1 (-1,1)

"La publicidad lo motivó a venir" cayó de 8,2 a 7,1 en público general y la satisfacción con la publicidad bajó de 8,5 a 8,3. Las redes sociales concentran la recordación (50%).

APP FILBO: BAJO CONOCIMIENTO

22%

Solo 1 de cada 5 visitantes conoce la App y su calificación bajó de 8,7 a 7,7. Potenciarla es clave para agenda, compras y experiencia del asistente.

Fuente: Encuesta de satisfacción FILBo 2026 aplicada por el organizador del evento (expositores n=370; visitantes masivos n=513; visitantes especializados n=312).

09. CONCLUSIONES

Tendencias 2024-2026 : **la FILBo se internacionaliza y consolida su valor**

- 1. El visitante de fuera gana peso.** Tras dos años en torno al 14%, los no residentes saltan al 25% de la asistencia en 2026, y el visitante internacional se triplica en participación desde 2024 (4,3% ➔ 13%): la Feria amplía su alcance más allá de Bogotá.
- 2. Turismo generado, no solo captado.** El motivo "asistir a la FILBo" sube de 71,8% (2024) a 86,1% (2026) entre visitantes nacionales, y más de la mitad pernocta (4,3 noches): la Feria es cada vez más la razón del viaje.
- 3. Impacto económico y su composición.** El gasto total de visitantes fue de \$51.472 millones en 2026 (\$63.100 M en 2025), pero el aporte internacional creció de 10,4% a 31,6% del total: menos volumen, mayor peso del turista extranjero.
- 4. Experiencia consolidada y al alza.** El NPS del público general sube de 70 (2024) a 77 (2026) y la satisfacción de visitantes especializados mejora de forma sostenida (8,5 ➔ 8,7); pabellón Colombia (9,1) y programación cultural lideran.
- 5. Agenda de mejora que se sostiene.** Frente a la tendencia positiva, persisten señales a atender: NPS de expositores a la baja (55 ➔ 52), caída de la conversión de compra (85% ➔ 74%), menor efectividad publicitaria y bajo uso de la App FILBo.

Fuente: Encuesta de evento FILBo 2026, Observatorio de Turismo de Bogotá – IDT (2.165 encuestas efectivas).

Fuente: Encuesta de satisfacción FILBo 2026 aplicada por el organizador del evento (expositores n=370; visitantes masivos n=513; visitantes especializados n=312).



filbo®

Feria Internacional del Libro de Bogotá

2026

BALANCE INTEGRADO DEL EVENTO
CON COMPARACIÓN INTERANUAL
2024 · 2025 · 2026

Observatorio de Turismo de Bogotá · Instituto Distrital de Turismo

OBSERVATORIO.IDT.GOV.CO



OBSERVATORIO
DE TURISMO DE BOGOTÁ
IDT