

Fecha: 05-02-2026
Medio: Diario Financiero
Supl.: Diario Financiero
Tipo: Noticia general

Pág.: 13
Cm2: 514,6
VPE: \$ 4.560.052

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: ☐ No Definida

Título: Los planes de Arajet para 2026: alcanzar los 2 millones de pasajeros y expandirse en América Latina

Los planes de Arajet para 2026: alcanzar los 2 millones de pasajeros y expandirse en América Latina

■ La low cost prevé aumentar su flota a 17 aviones, abrir nuevas rutas en Sudamérica y crecer de seis a 11 destinos en EEUU, consolidando a República Dominicana como hub regional.

POR KAREN FLORES B.

En un escenario de recuperación de la industria aérea en América Latina, la low cost dominicana Arajet definió 2026 como un año clave para acelerar su expansión regional y reforzar el rol de su país de origen como punto de conexión estratégico en la región.

La compañía espera transportar cerca de 2 millones de pasajeros durante este año, con la expectativa de que un 55% de ese tráfico provenga de América Latina.

“Nuestra tesis es servir como punto de conexión en América. República Dominicana es el ombligo de la región y un punto estratégico para conectar Norteamérica y Sudamérica”, explicó el CEO y fundador, Víctor Pacheco, a **DFSUD**.

Para sostener ese crecimiento, el plan de la firma también contempla una expansión de su flota. Actualmente, Arajet opera con 13 aeronaves y prevé cerrar el año con 17, que llegarían entre marzo y comienzos del segundo semestre.

A ello se sumará la apertura de nuevos destinos en Sudamérica, como Mendoza y Rosario (en Argentina), además del lanzamiento de servicios de carga, un programa de lealtad y una tarjeta de crédito de la marca.

En ese contexto, según Pacheco,

los mercados de la región con mayor potencial de crecimiento serán México, Colombia y Argentina.

Eso sí, también apuntan a seguir “expandiendo la red al norte” –en Estados Unidos–, donde hoy operan seis rutas y proyectan aumentar ese número a 11 en el corto plazo.

Cifras de 2025

Las proyecciones para el actual ejercicio se apoyan en el desempeño registrado durante 2025.

Según cifras de la compañía, Arajet transportó 1.480.278 pasajeros el año pasado, lo que representó un crecimiento de 37% frente a 2024.

Los destinos con mayor movimiento fueron Medellín, Bogotá, Ciudad de México, Buenos Aires, Lima, Miami, Sao Paulo, Newark, Cancún y San Juan. Por otro lado, los países con mayor tráfico fueron Colombia, México, Estados Unidos, Argentina y Perú.

Según la firma, entre julio y diciembre de 2025, Arajet se posicionó como la tercera aerolínea más importante en transporte de

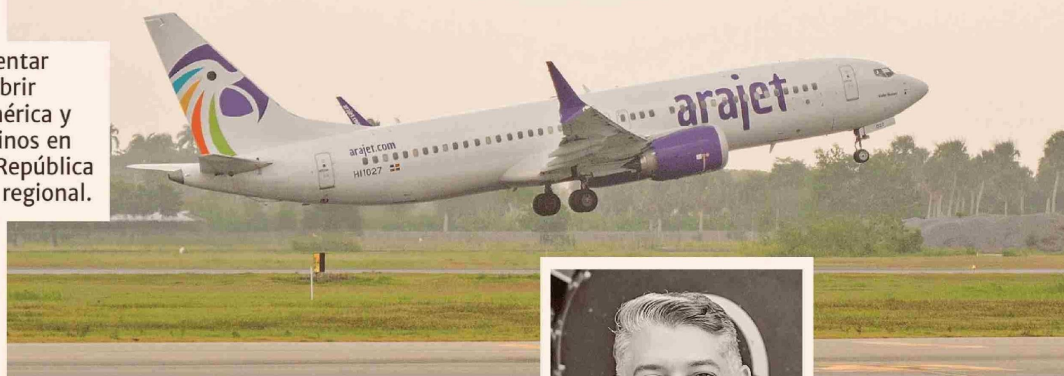
pasajeros desde y hacia República Dominicana, con una estrategia impulsada por ajustes regulatorios que se gestaban en la región y que complicaban los planes iniciales del negocio.

Tal y como comentó Pacheco, la propuesta inicial de la firma contemplaba vuelos a EEUU. Sin embargo, la ausencia de una política de “cielos abiertos” entre República Dominicana y la nación norteamericana los llevó a modificar su hoja de ruta y adelantar la apuesta por el Cono Sur.

“Chile, Argentina y Brasil estaban proyectados para el tercer año de operación. Pero teníamos que hacer esa apuesta y salió bien”, señaló.

En ese contexto, el ejecutivo apuntó que uno de los principales desafíos de la industria aérea en la región continúa siendo la falta de una visión integrada.

A su juicio, en países europeos “hay un crecimiento del transporte aéreo exponencial porque se dieron cuenta que, a medida que las tasas y los impuestos bajan, la disposición



VÍCTOR PACHECO,
CEO Y FUNDADOR DE ARAJET.

para el pasajero de viajar aumenta significativamente”.

La apuesta en Chile

En el caso de Chile, la compañía reportó un crecimiento de 35% en 2025 respecto del año anterior.

Por ello, para este año, Arajet no solo evalúa seguir aumentando frecuencias, sino que proyecta una expansión cercana al 25%.

Según Luz María Peña, gerenta de ventas de Arajet Chile, la compañía “no llegó a territorio nacional a robar mercado, sino que a agrandar la torta”.

“Queremos darle opciones y oportunidades a más chilenos de poder viajar a precios realmente asequibles”, agregó.

Por ello, de acuerdo con la ejecutiva, la estrategia será continuar implementando alianzas estratégicas y comerciales e impulsar el “acercamiento con las oficinas de turismo que están muy interesadas en poder hacer acciones con nosotros, así como alianzas con socios hoteleros”.

35%

CRECIÓ EL MERCADO CHILENO
PARA LA AEROLÍNEA EN 2025.