

HITACHI

Reliable Solutions

LANDCROS

Hitachi Construction Machinery establece su sede regional en Chile y anuncia un plan de inversión de US\$ 200 millones en América Latina

Durante su visita al país, el CEO global, Kotaro Hirano, destaca el compromiso de la compañía con el crecimiento y la expansión en América Latina, y explica las razones detrás de la decisión de elegir a Chile como sede regional.

El mapa global de las industrias minera y de la construcción está experimentando un cambio en sus centros de influencia. Tras años de operar bajo el paraguas de su oficina en Estados Unidos, Hitachi Construction Machinery decidió que había llegado el momento de establecer una estructura propia para América Latina.

Con la reciente creación de su sede regional en Santiago -en funcionamiento pleno desde octubre de 2025- la compañía nipona marca un punto de inflexión en su relación con este mercado.

Para reforzar este compromiso, Kotaro Hirano, CEO global de la compañía desde 2019, se encuentra actualmente de visita en la región. Con una carrera de 45 años en Hitachi Construction Machinery, Hirano ha sido el arquitecto de su expansión internacional y un pionero en tecnologías sostenibles. Su visita incluye recorridos por operaciones mineras en Chile y Perú, además de reuniones con los equipos locales.

La estrategia regional de la empresa es clara: adoptar el conocimiento local y dejar atrás la gestión a distancia. Con un equipo de más de 50 profesionales -aproximadamente 80% talento local y 20% japonés-, la compañía busca replicar el éxito alcanzado en mercados como Australia y África. Esta estrategia se desarrolla dentro de un contexto empresarial sólido, especialmente con miras a 2027, año en que Hitachi Construction Machinery adoptará el nuevo nombre LANDCROS, símbolo de una nueva etapa centrada en el valor compartido con sus clientes.

En esta entrevista, Hirano analiza los desafíos de un mercado en el que la compañía busca crecer de forma exponencial y explica por qué el futuro de la maquinaria pesada hoy se escribe con acento latinoamericano.

¿Qué factores competitivos hicieron que Chile fuera el lugar escogido para la sede regional de Hitachi Construction Machinery?

Escogimos Chile por varias razones. La primera es el fuerte potencial de negocios que vemos en la industria minera. En segundo lugar, muchas de



las sedes regionales de las principales compañías mineras mundiales están ubicadas en Santiago. En tercer lugar, Chile se ha consolidado como un hub en América Latina para las actividades comerciales ligadas a la minería.

¿Por qué fue necesario establecer esta sede regional si América Latina ya se gestionaba desde Estados Unidos?

La decisión se basó en tres factores principales. Primero, el atractivo del mercado latinoamericano. Como referencia, cerca de US\$ 250 mil millones serán invertidos en minería en Chile, Perú, Argentina, Brasil, México y Ecuador durante los próximos diez años. Por eso, Hitachi Construction Machinery decidió concentrar sus esfuerzos en una región con un potencial enorme. En segundo lugar, la forma de hacer negocios en América Latina difiere ligeramente de la de Norteamérica —por cultura, idiosincrasia y lenguaje—, por lo que se hizo esencial contar

con un equipo capaz de comprender y conectarse plenamente con estas particularidades. Por último, el plan de penetración del mercado latinoamericano involucra un programa de inversiones muy sólido que requiere capacidades específicas para implementarse de manera efectiva y exitosa.

¿A cuánto asciende ese plan de inversiones?

Asciende a US\$ 200 millones durante los próximos cinco años en la región. Uno de los proyectos más relevantes es una fundición en Perú, que suministrará soluciones basadas en acero y metales para la industria minera. En el caso de Chile, el plan de inversiones se centra en tres áreas principales: La primera tiene relación con la logística, integrando al país en una red de distribución que se inicia en Norteamérica con un centro principal conectado a varios subdepósitos, uno de los cuales estará emplazado en Chile.

La segunda es la instalación de un centro de remanufactura de componentes en Chile, reflejando el interés del mercado local por soluciones sostenibles y de apoyo territorial. La tercera es la creación de un centro de entrenamiento y demostración de maquinaria, también en Chile.

Actualmente, la compañía ya opera en Chile, Perú, Brasil, Colombia, Surinam, República Dominicana, Costa Rica y Panamá. Ahora que existe una sede regional, ¿están planificando ingresar a más países de la región?

Sí. Una de las formas en que planeamos aumentar nuestra participación de mercado es expandiendo nuestra presencia en toda la región. Planeamos abrir oficinas en otros mercados y, en esa línea, prontamente estaremos presentes en Argentina.

Dado el contexto geopolítico actual y las relaciones que Chile mantiene con China y Estados Unidos, ¿cómo navega una empresa japonesa en este escenario?

Una de las ventajas técnicas más sólidas que Chile posee en comparación con el resto de los países de la región es su economía abierta, su extensa red de tratados de libre comercio, y las décadas que lleva operando bajo este modelo de apertura comercial. Este contexto resulta indudablemente atractivo para los inversionistas extranjeros. La facilidad para hacer negocios en Chile, gracias a su sostenida política de apertura económica, es verdaderamente destacable.

¿Por qué el nombre de la compañía cambiará a LANDCROS?

Estamos ingresando a una nueva etapa en la historia de nuestra compañía, construida sobre los primeros 70 años de legado durante los cuales contribuimos al desarrollo de Japón, y luego del mundo, con soluciones de alta calidad y gran confiabilidad. Hoy estamos respondiendo a las necesidades cambiantes de nuestros clientes, quienes buscan soluciones más allá de la maquinaria pesada, incluyendo opciones de optimización de inversiones e integración digital asociadas al equipamiento pesado. Esto marca un nuevo capítulo en la industria y en las expectativas de los clientes, y nuestra transformación está diseñada precisamente para responder de la manera más eficaz posible. Seguimos siendo una empresa japonesa, orgullosa de nuestra tradición e historia, y este cambio apunta a fortalecer nuestro futuro, anclado en nuestras raíces.