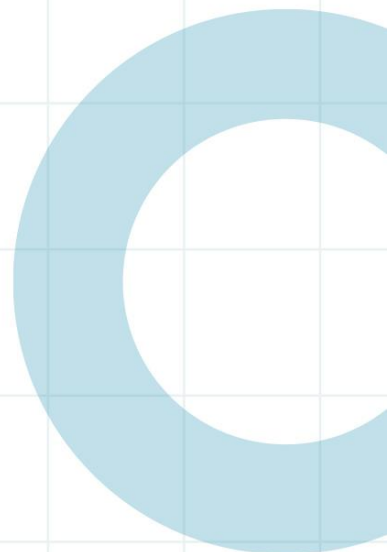
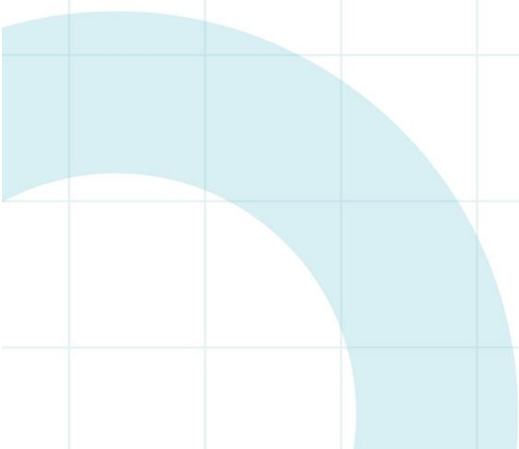




Blunding

Exportación de productos médicos y ortopédicos

Caso de Éxito



Blunding: innovación desde la necesidad, crecimiento con visión global

Las grandes empresas rara vez nacen de un plan perfecto. Blunding es un buen ejemplo de eso: su historia no comenzó con un estudio de mercado ni con una estrategia elaborada, sino que fue una experiencia cotidiana en una clínica la que encendió la chispa. Desde ahí, lo que comenzó como una inquietud técnica se transformó en una compañía que no solo lidera el mercado nacional, sino que también proyecta su crecimiento hacia el mundo, combinando intuición, aprendizaje continuo y una profunda conexión con las necesidades reales de las personas.

1. El origen: una oportunidad donde nadie más estaba mirando

A fines de los años 80, dos amigos con ímpetu emprendedor, sin ningún antecedente en el mundo ortopédico observaron, producto del accidente de uno de ellos, que las fajas postoperatorias que usaban las clínicas eran importadas y caras. Decidieron fabricarlas en Chile, y lo lograron con buena calidad tanto en materiales como en confección.

El proyecto era pequeño, los recursos escasos y el mercado todavía difuso, pero ya se asomaba algo que marcaría a la empresa para siempre: la capacidad de moverse antes de tener todas las respuestas.

Detente y reflexiona

El punto de partida de Blunding muestra que la observación directa de una necesidad puede abrir una oportunidad de negocio, incluso sin experiencia previa en el sector. ¿Qué tan dispuesto estarías a emprender en una industria desconocida, apostando más por tu capacidad de aprender que por lo que ya sabes?

2. Crecimiento inicial: intuición, aprendizaje y cercanía con el usuario

La llegada de Patricia Pérez, enfermera de profesión, cambió el rumbo de la empresa de manera decisiva. Con ella, Blunding dejó de ser solo un fabricante para

Exportación de productos médicos y ortopédicos

Caso de Éxito

convertirse en un interlocutor real del mundo clínico, capaz de entender lo que los profesionales de la salud realmente necesitaban.

El camino no fue lineal: fue de prueba, error y ajuste permanente, siempre con validación directa de especialistas. Ese método, más artesanal que sistemático, fue precisamente el que les permitió crecer con solidez y ganar una participación importante en el mercado chileno.

Detente y reflexiona

El crecimiento de Blunding no dependió de grandes capitales iniciales, sino de combinar conocimiento práctico con escucha activa del usuario. En un proceso de crecimiento, ¿qué peso le das al conocimiento técnico frente al aprendizaje que viene de la experiencia directa?

3. Desarrollo de producto: innovación basada en necesidades reales

Blunding no se conformó con replicar lo que ya existía. Sino que impulsó un cambio en la forma de abordar la rehabilitación. Uno de sus aportes más significativos fue el reemplazo del yeso tradicional por órtesis funcionales, dispositivos que aceleran la recuperación y resultan menos invasivos para el paciente.

Detrás de ese avance hay un modelo de trabajo claro: colaboración estrecha con profesionales de la salud, prototipos, pruebas, más ajustes, validación clínica. Sin saltos al vacío, pero sin miedo a equivocarse en el camino.

Detente y reflexiona

La innovación en Blunding no viene de la tecnología por sí sola, sino de entender problemas concretos y diseñar soluciones que realmente funcionen. ¿Tu organización desarrolla soluciones desde su propia lógica interna o desde una comprensión profunda de quien las va a usar?

4. Primeros pasos en exportación: atreverse sin certezas

La internacionalización comenzó en los años 90, impulsada por una misión comercial. Sin experiencia exportadora y con una estructura empresarial muy pequeña, Blunding decidió explorar mercados externos, iniciando con Bolivia.

Exportación de productos médicos y ortopédicos

Caso de Éxito



No fue fácil. La empresa tenía que presentarse como un actor formal frente a organizaciones mucho más grandes y con más trayectoria. Aun así, lograron cerrar sus primeras exportaciones, y eso fue suficiente para seguir adelante.

Detente y reflexiona

Internacionalizarse no exige tenerlo todo resuelto de antemano. A veces basta con la disposición de aprender sobre la marcha. Si hoy tuvieras la posibilidad de expandirte a otro país, ¿esperarías a tener una estructura más sólida o saldrías con lo que tienes?

5. Desafíos: normativas, logística y crisis globales

Crecer no fue solo una historia de aciertos. Blunding tuvo que enfrentar las exigencias normativas propias de los dispositivos médicos, procesos de certificación complejos y las diferencias regulatorias entre Chile y los países de destino.

El momento más duro llegó con la pandemia. La empresa tuvo que tomar decisiones rápidas, con información incompleta y riesgo financiero alto, para poder abastecer al sistema de salud. Al final, lograron sostener la operación, cuidar los empleos y responder a la demanda, pero no sin costo.

Detente y reflexiona

Las crisis revelan mucho más que la estrategia: ponen a prueba el liderazgo y la capacidad de decidir bien cuando el contexto no da margen para el error. Frente a una crisis de alta incertidumbre, ¿priorizarías la seguridad financiera o asumirías riesgos para mantener la operación?

6. Estrategia de expansión: aprendizaje, redes y visión de largo plazo

Blunding ha consolidado su crecimiento mediante una combinación de estrategias: desarrollo interno de productos, alianzas con proveedores internacionales, participación en redes de apoyo y una fuerte relación con organismos como ProChile.

Exportación de productos médicos y ortopédicos

Caso de Éxito



Hoy, la empresa avanza hacia una internacionalización más directa, con operaciones propias en Colombia y México. El modelo de distribuidores externos ya no alcanza para las metas que tienen en mente.

Detente y reflexiona

La internacionalización madura cuando pasa de depender de intermediarios a construir presencia propia, lo que implica más inversión, pero también más control y más valor en el tiempo. ¿Qué factores considerarías para decidir entre trabajar con distribuidores locales o establecer presencia directa en un mercado nuevo?

La historia de Blunding no es la de una empresa que esperó las condiciones perfectas para actuar. Es la de quienes entendieron que las oportunidades no siempre aparecen formadas: muchas veces hay que construirlas, tropezando y corrigiendo en el camino.

