Historia de Juan Bas Alimentos S.A. y sus marcas

La historia de Juan Bas Alimentos S.A. es la de una empresa familiar chilena con más de un siglo de tradición, estrechamente ligada al desarrollo de la industria de alimentos en el país. Sus orígenes se remontan al año 1914, cuando Pablo Bas Miraven, inmigrante catalán, llegó a Chile junto a su hijo Juan Bas Eroles. Inicialmente, la familia se estableció en Valparaíso, donde se dedicaron a la representación y comercialización de vinos de origen español, marcando el primer acercamiento de la familia Bas al rubro alimenticio.

Con el paso de los años, Juan Bas Eroles decidió independizarse y desarrollar su propio negocio. Durante la década de 1920 y comienzos de los años 30, se trasladó a Santiago y fundó la bodega de vinos “La Superiora”. Este emprendimiento sentó las bases del espíritu empresarial familiar y permitió adquirir experiencia productiva y comercial. En 1936, la empresa dio un giro clave al iniciar la fabricación y venta de vinagres y productos encurtidos, pasando de un negocio principalmente comercial a uno de carácter industrial. Este hito es considerado el nacimiento de la actividad productiva que daría origen a la actual empresa de alimentos.

A partir de 1938, el proyecto se consolidó como una pequeña fábrica dedicada a la elaboración de vinagres, pickles y otros condimentos, creciendo paulatinamente en volumen y presencia en el mercado chileno. Tras el fallecimiento de Juan Bas Eroles, en 1958, su hijo Juan Pablo Bas Mayo asumió la conducción del negocio familiar. Bajo su liderazgo, la empresa experimentó un fuerte proceso de expansión y modernización, incorporando nuevas líneas de productos como mostazas, ketchup, ajíes y diversas salsas, logrando posicionarse como un actor relevante dentro de la industria nacional de alimentos.

Durante este período surgió la marca JB, que con el tiempo se transformó en un verdadero ícono en los hogares chilenos, especialmente en la categoría de mostazas y aderezos. El éxito de la marca fue tal que, hacia fines de la década de 1980, despertó el interés de grandes compañías multinacionales. En 1989, la familia Bas decidió vender la marca JB al grupo estadounidense asociado a Hellmann’s (Unilever), operación que marcó un punto de inflexión en la historia de la empresa. Si bien la marca dejó de pertenecer a la familia, su origen y posicionamiento quedaron fuertemente ligados al legado de Juan Bas.

Tras la venta de JB, la familia continuó participando activamente en la industria, desarrollando nuevas estrategias para mantenerse competitiva. En este contexto nació la marca Don Juan, con la cual se buscó volver a competir en el mercado de salsas y condimentos. Durante la década de 1990, Don Juan logró una importante presencia comercial y posteriormente se integró al portafolio del grupo chileno ICB (Importadora Café do Brasil), empresa que terminó adquiriendo el control de la marca y de las operaciones asociadas. Hacia comienzos de los años 2000, la familia Bas dejó definitivamente el control de estas marcas históricas, cerrando una etapa clave de su trayectoria empresarial.

Sin embargo, el legado familiar no se detuvo. A comienzos del siglo XXI, la tercera generación retomó el espíritu emprendedor. En el año 2000, Juan Bas Mora, nieto del fundador, impulsó nuevos proyectos alimenticios, comenzando con la marca “La Herencia”, orientada a productos en conserva. Posteriormente, en 2014, lanzó la marca “Juanitos B”, enfocada principalmente en el

canal tradicional y food service, consolidando nuevamente la presencia del apellido Bas en el mercado.

Finalmente, en 2019, Juan Bas Mora registró oficialmente la marca “Juan Bas”, dando origen a una nueva etapa en la historia familiar. Esta marca busca rescatar la tradición centenaria, combinándola con una visión moderna, orientada a la calidad, la diversificación de productos y la expansión comercial. En la actualidad, Juan Bas Alimentos S.A. opera como una sociedad anónima dedicada a la elaboración y comercialización de productos alimenticios, manteniendo vivo un legado iniciado hace más de 100 años, que ha sabido reinventarse y adaptarse a los cambios del mercado sin perder su identidad de origen.