

# Multaron a Unilever y Mastellone por comercializar productos mellizos a diferentes precios

24 mayo, 2023



Según la Secretaría de Comercio, los productos con etiquetas con variantes casi imperceptibles y a precios sustancialmente diferentes, violando la ley de Defensa del Consumidor.

La Secretaría de Comercio multó a la empresa Unilever por \$160 millones y a la compañía Mastellone por \$60 millones, por comercializar simultáneamente productos con etiquetas con variantes casi imperceptibles y a precios sustancialmente diferentes, violando la ley de Defensa del Consumidor.

Según informó la dependencia a cargo de Matías Tombolini, las

empresas deberán arbitrar en 24 horas los medios para que los productos no sean ofrecidos a la venta ni exhibidos en forma contigua y simultánea.

“Estas multas fueron producto de diferentes operativos de los equipos de inspectores de la Secretaría ocurridos entre octubre de 2022 y marzo en donde se constató que ambas empresas incumplieron con la ley 24.240”, indicó Comercio.

### **Una mayonesa, dos precios**

El comunicado de prensa precisó que “en el caso de Unilever, se le aplicaron dos multas de \$80 millones de pesos cada una. Una de ellas es por comercializar la mayonesa Light Hellmanns Doy Pack de 237 gramos en dos presentaciones: una versión con el rótulo del producto y otra con la leyenda “Más Liviana, todo el sabor”, que tenía un incremento del 19% respecto al producto original.

Además, la firma comercializó el producto CIF ultra brillo de igual composición, pero con etiquetas similares con dos precios sustancialmente diferentes: en ese caso la diferencia era del 64%.

En el caso de Mastellone, fue multada por \$60 millones por comercializar variantes de cuatro tipos de leche de la marca La Serenísima también a precios diferentes.

Se trata de las leches Clásica, Clásica Más Liviana, Liviana y Menos Calorías. En este caso, sus variantes incluían en las etiquetas la leyenda “Fuente de vitaminas C y E”, pero el producto era el mismo. La diferencia de precio entre las variantes y las leches originales era del 33%.

Además, las dos empresas deberán publicar en sus redes sociales y en las redes de las marcas implicadas la infracción que cometieron. Dicha publicación deberá permanecer visible por 72 horas.

Fuente: Diario Uno