

Laboratorio argentino Elea alista el desembarco de su versión de Ozempic en Chile



■ La compañía acelera su crecimiento con una política de precios bajos y un portafolio de productos de alta complejidad que ya genera impacto en el sistema de salud.

POR DAYANNE GONZÁLEZ

Laboratorios Elea, la firma farmacéutica más grande de Argentina, proyecta lanzar 25 nuevos productos a lo largo de 2025, incluyendo biosimilares, suplementos y medicamentos de venta libre. Su estrategia combina desarrollo local, capacidad productiva propia y una política de precios accesibles, apuntando a volumen antes que rentabilidad por unidad.

“Somos un grupo industrial y privilegiamos las unidades al precio, intentamos tener beneficios a través del volumen de ventas”, explicó su CEO, Gustavo Pelizzari, en conversación con DFSUD.

Uno de los hitos del año ha sido el lanzamiento de su versión de semaglutida, conocido como el “Ozempic argentino”. El medicamento es desarrollado íntegramente en el país bajo el nombre comercial Dutide y fue lanzado en diciembre de 2024. Hoy ya se venden 45 mil unidades mensuales, mientras que la versión original de Novo Nordisk alcanza la cifra de 25 mil.

El diferencial no es solo en escala, sino también en precio: mientras que el producto importado cuesta 653 mil pesos argentinos por mes (unos US\$ 550), la versión de Elea se lanzó con un precio 80% más bajo, cercano a los 128 mil pesos.

“Estamos generando acceso. Nos interesa que, cuando el producto es bueno, como en este caso, toda la población tenga acceso”, afirmó



Gustavo Pelizzari, CEO de Laboratorios Elea.

el ejecutivo.

Otro producto clave ha sido PembroX, el biosimilar nacional de Keytruda para tratamientos oncológicos, que se consolidó como el más relevante del año para la empresa y lidera el portafolio de alto costo de la compañía.

“Este producto le costó al Gobierno US\$ 350 millones en 2023. Este año, con nuestra salida al mercado, van a gastar menos de US\$ 200 millones. Eso significa un ahorro de más de US\$ 150 millones, con mucho más acceso”, señaló.

Este enfoque, basado en medi-

camentos de alta complejidad con precios sustancialmente menores, también guía su proyección regional. Su versión de Ozempic llegará próximamente a Chile, de la mano de un laboratorio local líder. “Será comercializado por uno de los laboratorios más importantes del país; el proceso ya está en marcha”, adelantó.

La empresa cuenta con filial propia en el mercado andino y en otros como Perú, Colombia, Uruguay y Paraguay. Según Pelizzari, también están en vías de abrir en Brasil.

Inversión y apuesta regional

Elea es el único laboratorio argentino que produce biosimilares de forma completamente integrada, desde la materia prima hasta el producto final. Esa estructura le permite operar con costos eficientes y ofrecer precios más bajos sin comprometer la calidad. Actualmente, cerca del 40% de su facturación proviene del área biotecnológica.

La firma invierte entre US\$ 25 millones y US\$ 30 millones anuales en ampliación de capacidad productiva, todo con recursos propios. “Estamos continuamente reinvertiendo para poder seguir lanzando productos”, afirmó.

En 2024, Elea inauguró una planta para sólidos oncológicos, y este año sumará dos nuevas: una para suplementos alimenticios y otra para lotes pequeños de medicamentos oncológicos, pensada para

enfermedades de baja incidencia.

En paralelo, mantiene una posición sólida en el segmento de venta libre, que representa alrededor del 30% de su operación.

Pese a la caída del 20% en el mercado argentino de productos OTC (sin receta) durante 2024, Elea logró crecer más de un 15%, gracias a una estrategia agresiva de precios bajos, inversión publicitaria y activaciones comerciales. “Entendimos que la situación de Argentina era recesiva y no queríamos retrasarnos. Lo vimos como una oportunidad para crecer”, afirmó.

Y, aunque las exportaciones aún representan una porción menor del negocio, vienen duplicándose año tras año. Hoy envía productos a más de 40 países, con foco en América Latina, África y Europa del Este.

“No tenemos limitaciones. Estamos viendo dónde nuestros productos tienen aceptación”, dijo el CEO.

En la región, su apuesta está centrada en productos de alto costo, dejando por fuera los “ambulatorios o commodities que puede ofrecer un productor local”.

Con 85 años de historia y un portafolio que combina innovación, masividad y presencia regional, Elea cerró el año 2024 como el mejor de toda su operación. “Y 2025 será superior”, aseguró Pelizzari.

“La compañía está preparada para seguir creciendo independientemente del contexto argentino”, concluyó.

25
PRODUCTOS
PREVÉ LANZAR LA FIRMA ESTE AÑO.

80%
MÁS ECONÓMICA ES SU VERSIÓN DE SEMIGLUTIDA FRENTE AL VALOR DEL MEDICAMENTO DE LA COMPETENCIA.

US\$ 30
MILLONES
INVIERTE ELEA AL AÑO EN CAPACIDAD PRODUCTIVA.