

Fecha: 29-04-2025
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero
 Tipo: Noticia general
 Título: El "Ozempic argentino": Laboratorio Elea lanza versión 80% mas económica

Pág.: 24
 Cm2: 502,6
 VPE: \$ 4.453.338

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

POR DAYANNE GONZÁLEZ

Kim Kardashian, Elon Musk y el presentador y streamer español, Ibai Llanos, no solo comparten fama internacional: también han estado vinculados al fenómeno global del Ozempic, el medicamento de la farmacéutica danesa Novo Nordisk, que revolucionó el control de la diabetes y el peso en todo el mundo. Su éxito fue tan masivo, que en países como España, las farmacias acumularon más de 40 semanas de quiebre de stock.

La semaglutida, el principio activo detrás del medicamento, controla los niveles de glucosa en la sangre de pacientes con diabetes tipo 2 y ayuda a reducir el apetito.

En Argentina, donde el 12,7% de los adultos vive con esta enfermedad y más del 60% de ellos enfrenta problemas de sobrepeso u obesidad, el fármaco no tardó en ganar terreno.

Hasta ahora acceder a Ozempic cuesta 653.000 pesos argentinos mensuales (unos US\$ 554, en formato de cuatro jeringas prellenadas), lo que limita su uso a un segmento reducido de la población.

Ahora, esa barrera está a punto de romperse.

A precio popular

El laboratorio argentino Elea lanzó Dutide, su propia versión de semaglutida, a un precio 80% más bajo que la importada.

La primera gran apuesta llegó en diciembre de 2024, con la primera versión oral del fármaco en el país, una innovación, considerando que, hasta entonces, la única opción disponible era la inyectable importada.

Ahora, para mayo de 2025, Elea prevé el lanzamiento de la presentación inyectable semanal, replicando el formato que popularizó a Ozempic en el mundo, pero a un precio estimado de 128.400 pesos argentinos (US\$ 109) por mes.

"Este lanzamiento no solo amplía la posibilidad de tratamiento para miles de argentinos, sino que además coloca a un laboratorio de capitales nacionales en el centro de la innovación médica", comentó



El "Ozempic argentino": Laboratorio Elea lanza versión 80% más económica

■ El mercado trasandino tiene hoy la capacidad de venta de 400.000 unidades anuales, pero la firma dice ver potencial para comercializar 3 millones de unidades por año.

el Dr. Matías Deprati, director de Asuntos Médicos de Elea.

Sobre el impacto del precio, Carla Musso, miembro de la comisión directiva de la Sociedad Argentina de Diabetes (SAD), dijo a DFSUD que el menor costo permitirá un mayor acceso al tratamiento. Pero, advirtió: "Siempre dado en el contexto de una indicación médica, con el

tratamiento adecuado, la medicación necesaria para acompañar la semaglutida y, por supuesto, con actividad física y alimentación saludable. Como decimos siempre, esta droga no hace ningún tipo de magia", añadió.

El plan de expansión

El plan de Elea todavía no ter-

mina. El laboratorio trabaja en el desarrollo de una tercera opción: semaglutida en dosis de 2,4 miligramos, específicamente diseñada para el tratamiento de la obesidad. Este formato de carga más alta es la que usa Wegovy, el producto de Novo Nordisk aprobado en varios países incluso para los no diabéticos que necesitan perder peso.

La solicitud de aprobación de dicha versión ya fue presentada ante la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (Anmat), y se espera su lanzamiento hacia finales de año.

Actualmente, el mercado de Ozempic en Argentina alcanza las 400.000 unidades anuales, pero, según estimaciones de Elea compartidas con El Cronista, la disponibilidad de una alternativa más económica impulsa el potencial a las 3 millones de unidades por año.

¿Quiénes están detrás?

El laboratorio Elea, con más de 80 años de historia, pertenece a las familias Sigman, Gold y Sieleki, y está liderado por su CEO, Gustavo Pelizzari. En un principio, se especializó en la producción de hormonas extractivas, pioneras en tratamientos de fertilidad, y en los años '90 ya contaba con más de 15 especialidades medicinales en anticoncepción.

Con el tiempo, expandió su portafolio a áreas como oncología, cardiología, salud femenina y productos de venta libre. Luego, en 2017, se fusionó con el Laboratorio Phoenix para fortalecer presencia local.

Hoy lanza en promedio 20 productos nuevos por año, tanto ambulatorios como de alto costo, y avanza en la construcción de una nueva planta con una inversión de US\$ 30 millones. El objetivo es internalizar completamente la producción de medicamentos, pues actualmente cerca del 10% depende de terceros.

Además, está trabajando en una planta para suplementos, ya que por regulación, en Argentina no se pueden fabricar ambos productos en el mismo lugar.

US\$ 109
COSTARÁ
 EL TRATAMIENTO INYECTABLE
 QUE SE LANZARÁ EN MAYO.