

Prosigue el goteo de números rojos en Urología

El primer año de pandemia supuso el cese total de actividad en los servicios de Urología, la suspensión del continuo formativo de los médicos residentes y el paso de la mayor parte de los urólogos a atender las necesidades de los pacientes de Covid-19, especialmente durante la primera ola. Esta y otras razones, motivan profundizar en el análisis de una bajada en ventas de medicamentos Urológicos (G04), mercado incluido en el Grupo G, de productos genitourinarios y hormonas sexuales, según la clasificación ATC, Anatómica, Terapéutica, Química, instaurada por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Como contrapunto, la Sociedad Española de Rehabilitación y Medicina Física (SERMEF) informó en el día internacional de la Incontinencia, que se celebró el pasado 15 de marzo, que el uso de mascarillas por el Covid-19 reduce la concurrencia de tos en los pacientes afectados por la incontinencia de esfuerzo y que, por tanto, padecen menor incidencia de pérdidas de orina.

El auge de las terapias para la Hiperplasia Benigna de Próstata (HBP) y la incontinencia urinaria no esconde el declive de un mercado como el de la Urología, en el que también retroceden las ventas de los preparados para la disfunción sexual del varón y los fármacos contra las infecciones de orina. Ecuación de la que sólo se salvan los Otros Productos Urológicos, según los últimos datos aportados por la firma IQVIA.

Mejorando en lo posible

A pesar de sus restricciones contables, la Urología, como especialidad de gran importancia en la salud de la población, esta anotó destacables innovaciones a lo largo de 2020 y el primer cuatrimestre del año en curso.

El equipo formado por los doctores Cristina Ferreiro, Xavier Bonet y Narcís Camps, especialistas del Hospital Universitario de Bellvitge, liderados por el doctor Francesc Vigués, jefe del servicio de Urología, aplicó con carácter novedoso la terapia térmica de vapor de agua para aliviar los síntomas asociados a la hiperplasia benigna de próstata (HBP). Mediante inyección a través de la uretra que provoca el colapso vascular del tejido prostático que bloquea una micción

normal, con eliminación posterior de forma orgánica de las células neutralizadas. El carácter no invasivo de la intervención hace que sea ambulatoria, con alta a las pocas horas y regreso al hospital a los 3-5 días para la retirada de la sonda introducida.

Menos trasplantes de riñón

Como explicó el Grupo de Trasplante de la Asociación Española de Urología (AEU), en sesión virtual celebrada esta primavera, la pandemia por SARS-CoV-2 impuso la suspensión temporal de cirugías electivas como los trasplantes. Además de ser los receptores de riñones en donación una población de gran susceptibilidad por su estado de inmunosupresión.

En la reunión se analizó el impacto de la pandemia en los trasplantes renales de un centro de tercer nivel, tomando como modelo el Hospital Universitario 12 de Octubre de Madrid. Con la conclusión de que los 117 trasplantes de riñón realizados en 2019 pasaron a ser 90 entre enero y diciembre de 2020.

Durante la primera ola, que discurrió entre el 1 de marzo y el 15 de mayo del año pasado se realizaron únicamente seis intervenciones de este tipo. Esta actividad trasplantadora se recuperó entre olas, con 29 trasplantes, cifra que se redujo otra vez hasta 13 operaciones en la segunda ola, que duró del 15 de agosto al 30 de octubre de 2020. Aunque, en general, los circuitos diferenciados en el centro asistencial permitieron proseguir con la actividad trasplantadora.

Sin drenar pérdidas

Entre abril de 2020 y marzo de 2021, periodo acotado como año móvil total o MAT 03/2021, el mercado de medicamentos Urológicos (G04) vio estrechado significativamente su crecimiento según los datos aportados por la firma IQVIA, y contabilizados mensualmente en las oficinas de farmacia con metodología *Flexview*. Esta evolución negativa en ventas, se consigna en unidades (volumen) y valores a euros recogidos a Precio de Venta desde el Laboratorio (€ PVL), con detalle de los crecimientos-decrecimientos (%PPG) y las correspondientes cuotas de mercado (%MS) o *market shares*. Con desglose, además de las tres principales compañías de cada clase terapéutica, *Top Laboratorios* y actualización, igualmente de las marcas más vendedoras en cuota de mercado en valor.

Este mercado, en su conjunto o *Grand Total*, experimentó una caída en valor del -5,98%, equivalente a unas ventas que superaron levemente los 352 millones de euros. Mientras que su descenso, menos

acusado en volumen, fue del -0,57%, una vez que se dispensaron cerca de 27 millones de unidades en las farmacias del país. En ambos registros, se acentuaron los retrocesos también negativos observados en marzo de 2020.

La próstata, por delante

Los fármacos para la Hiperplasia Benigna de Próstata (G04C) subieron un puesto para liderar el mercado de medicamentos urológicos, con mayor presencia de mercado (49,67%) en valor. Sin que la singularidad de marcas como *Duodart*, *Vesomni* o *Volutsa* se viera alterada. Aunque su evolución supuso decrecer el -7,55% en valor, sin llegar a registrar 175 millones de euros. Mientras que su volumen se mantuvo en porcentaje positivo (0,30%) en consonancia con cerca de 15,5 millones de unidades vendidas. En primer lugar, el revés de GlaxoSmithKline (GSK; -16,78%) fue compatible con las subidas de Astellas Pharma (3,46%) y Rovi (6,42%), mientras que el grupo Total Otros se desplomó el -7,27%, igualmente en euros. Especial mención merece *Volutsa* de Astellas Pharma, con indicación para el tratamiento de los síntomas moderados a graves de llenado y vaciado asociados a la HBP, distribuido por ROVI en España que desde febrero de 2015 vio aumentar sus ventas un 7%, hasta registrar los 14,2 millones de euros.

Incontinencia, sin límite de caída

Circunstancias demográficas y epidemiológicas hicieron que los Productos para la Incontinencia Urinaria (G04D) pasaran de la tercera a la segunda posición de este listado de clases terapéuticas. Esto se debió a retroceder el -2,44% en valor durante el MAT estudiado, muy próximo a los 89,7 millones de euros, en paralelo

Tipos de Incontinencia Urinaria (IU)

- Incontinencia urinaria de esfuerzo
- Incontinencia urinaria de urgencia
- Incontinencia urinaria mixta
- Incontinencia urinaria por rebosamiento
- Desorden neurológico de la vejiga
- Goteo tras la micción
- Incontinencia urinaria funcional

UROLOGÍA TOP 3 PRODUCTOS

| G04C HIPERPLASIA BENIGNA DE PRÓSTATA | G04D INCONTINENCIA URINARIA | G04E DISFUNCIÓN ERÉCTIL | G04A ANTISÉPTICOS Y ANTIINFECCIOSOS URINARIOS | G04X OTROS PRODUCTOS UROLÓGICOS |
|--------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|---|---------------------------------|
| DUODART | BETMIGA | CIALIS | MONUROL EFG | ACALKA |
| VESOMNI | TOVIAZ | GALOTAM | FOSFOMICINA KERN | PRILIGY |
| VOLUTSA | VESICARE | VIRIREC | FOSFOMICINA STADA | FORTACIN |

Según ventas en euros PVL a MAT 03/21
Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, NP. Elaboración: IM Médico

A diferencia de GSK, Rovi y Astellas avanzaron en Hiperplasia Benigna de Próstata

a cerca de 2,3 millones de euros dispensadas, en la magnitud volumen, que decayó el -185%. Con reedición de posiciones por parte de las marcas *Betmiga, Toviaz y Vesicare*.

En la primera y segunda posición, Astellas (-3,78%) y Pfizer (-3,18%) anotaron unos malos resultados, que contrastaron con la notable expansión de Lacer, que creció el 18,04% en euros y el 14,79% en unidades. Por su parte, las empresas que completaron su segmento en el grupo Total Otros, junto al Top 3 Laboratorios, se dejaron el -1,52% en ventas.

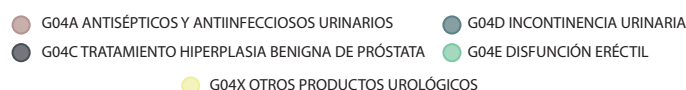
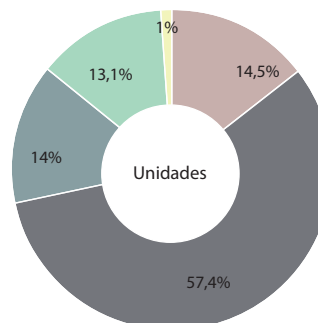
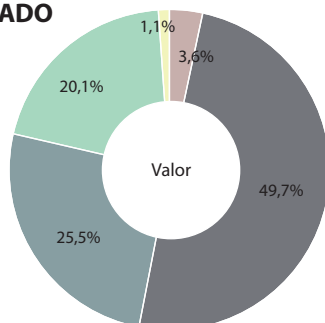
Aflojar en disfunción masculina

Los Productos para la disfunción eréctil (G04E) se levantaron hasta la tercera posición, después de subir un nivel en la lista de clases terapéuticas urológicas. Con marcas líderes como *Cialis, Galotam y Virirec*, este segmento vio aflojar sus ventas un -6,98% en valor, a pesar de elevar un 1,89% su volumen. De forma que las más de 3,5 millones de dosis dispensadas superaron los 70,7 millones de euros.

A pesar de su liderazgo, Lilly tuvo que lamentar un desplome del -32,3% que, sin embargo, permitió a esta compañía acercarse a los 9,3 millones de euros en ventas. Una cifra superior a las registradas por Normon y Cinfa, aunque estas compañías sí lograron crecer un 6,08 y un

MERCADO UROLÓGICO (abril 2020 - marzo 2021)

CUOTA DE MERCADO

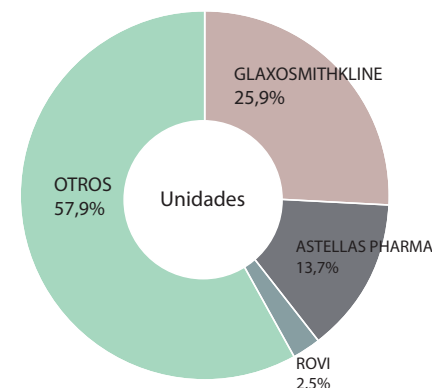
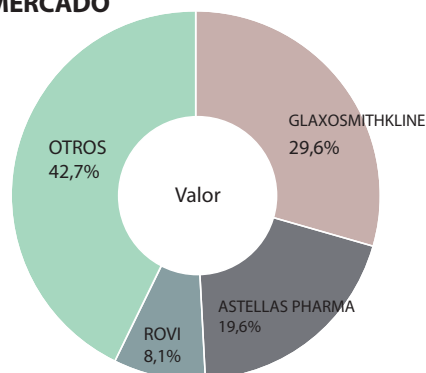


VENTAS en miles

| | Unidades | Evolución unidades (%) | Ventas | Evolución ventas (%) |
|--|---------------|------------------------|----------------|----------------------|
| G04A ANTISÉPTICOS Y ANTIINFECCIOSOS URINARIOS | 3.909 | -5,67 | 12.702 | -6 |
| G04C TRATAMIENTO HIPERPLASIA BENIGNA DE PRÓSTATA | 15.493 | 0,3 | 174.842 | -7,55 |
| G04D INCONTINENCIA URINARIA | 3.766 | -1,13 | 89.690 | -2,44 |
| G04E DISFUNCIÓN ERÉCTIL | 3.539 | 1,89 | 70.737 | -6,98 |
| G04X OTROS PRODUCTOS UROLÓGICOS | 261.013 | 4,13 | 4.033 | 6,7 |
| TOTAL MERCADO UROLÓGICO | 26.969 | -0,57 | 352.006 | -5,98 |

MERCADO TRATAMIENTO HIPERPLASIA BENIGNA DE PRÓSTATA (abril 2020 - marzo 2021)

CUOTA DE MERCADO



VENTAS en miles

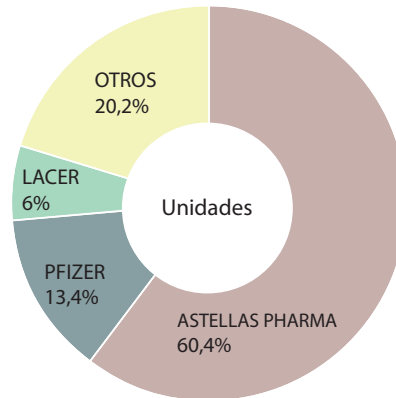
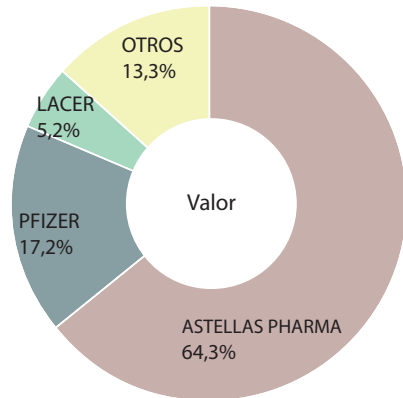
| | Unidades | Evolución unidades (%) | Ventas | Evolución ventas (%) |
|-----------------|---------------|------------------------|----------------|----------------------|
| GLAXOSMITHKLINE | 4.009 | -4,1 | 51.754 | -16,8 |
| ASTELLAS PHARMA | 2.118 | 1,1 | 34.310 | 3,4 |
| ROVI | 390 | 6,4 | 14.205 | 6,4 |
| OTROS | 8.974 | 1,9 | 74.573 | -7,3 |
| TOTAL | 15.493 | 0,3 | 174.842 | -7,5 |

Según ventas en euros PVL a MAT 03/21

Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, NP. Elaboración: IM Médico

MERCADO INCONTINENCIA URINARIA (abril 2020 - marzo 2021)

CUOTA DE MERCADO

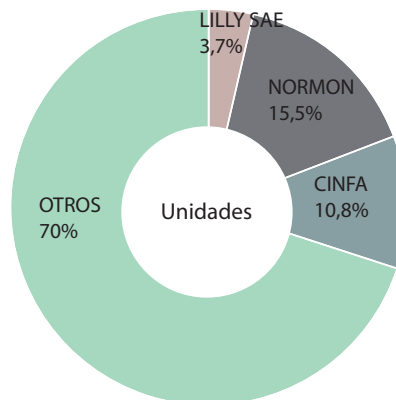
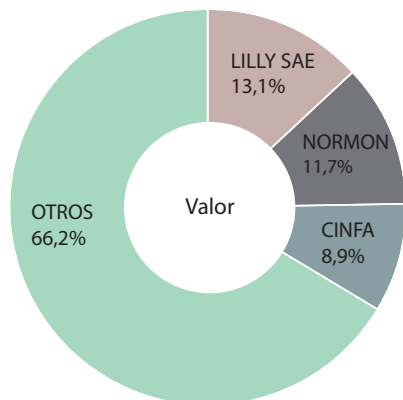


VENTAS en miles

| | Unidades | Evolución unidades (%) | Ventas | Evolución ventas (%) |
|-----------------|--------------|------------------------|---------------|----------------------|
| ASTELLAS PHARMA | 2.277 | -1,8 | 57.657 | -3,8 |
| PFIZER | 504 | -3,2 | 15.470 | -3,2 |
| LACER | 225 | 14,8 | 4.670 | 18 |
| OTROS | 759 | -16 | 11.921 | -1,5 |
| TOTAL | 3.766 | -1,1 | 89.690 | -2,4 |

MERCADO DISFUNCIÓN ERÉCTIL (abril 2020 - marzo 2021)

CUOTA DE MERCADO



VENTAS en miles

| | Unidades | Evolución unidades (%) | Ventas | Evolución ventas (%) |
|--------------|--------------|------------------------|---------------|----------------------|
| LILLY SAE | 131 | -33,8 | 9.268 | -32,3 |
| NORMON | 548 | 3,2 | 8.303 | 6,1 |
| CINFA | 382 | 11 | 6.330 | 1,8 |
| OTROS | 2.476 | 3,2 | 46.835 | -3 |
| TOTAL | 3.539 | 1,9 | 70.737 | -7 |

Según ventas en euros PVL a MAT 03/21
Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, NP. Elaboración: IM Médico

1,78%, respectivamente. En sentido contrario al -3,05% del valor que perdieron las empresas del grupo Total Otros.

Antiinfecciosos sin progresión

También sufrieron caídas los Antisépticos y Antiinfecciosos Urinarios (G04A), al decaer el -6% en valor y el -5,67% en volumen. Lo que significó anotar unas ventas por debajo de los cuatro millones de unidades, valoradas en algo más de 12,7 millones de euros. Tránsito que relegó a este segmento de la primera posición de las clases terapéuticas urológicas a la cuarta.

No hubo cambios de posición en el *Top 3 Laboratorios*, donde la atonía de Zambon (-6,15%) fue compatible con los excelentes resultados de Kern Pharma (22,37%) y Stada (31,03%). En oposición a la caída que experimentó en grupo Total Otros (-21,24%).

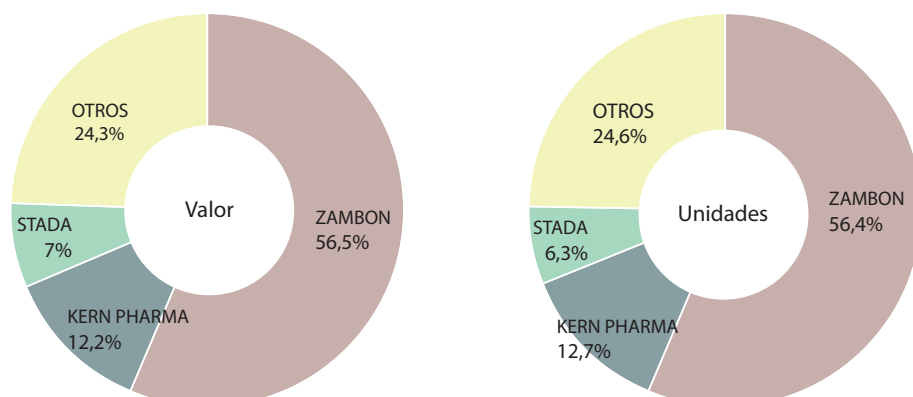
Otros productos en positivo

Como quinta clase terapéutica, el grupo de los Otros Productos Urológicos (G04X) reforzó su peculiaridad al ser el único conjunto de medicamentos con capacidad para crecer en valores y volúmenes. Con indicación para el dolor urológico, los cálculos renales (litiasis) y la eyaculación precoz, incluyen analgésicos locales para el uso pélvico como la *lidocaína* o la *ametocaína*.

Estos otros productos crecieron en su conjunto el 6,7% en valor equivalente a algo más de cuatro millones de euros, como cifra de más de 261.000 unidades dispensadas, tras crecer en volumen el 4,13%.

MERCADO ANTISÉPTICOS Y ANTIINFECCIOSOS URINARIOS (abril 2020 - marzo 2021)

CUOTA DE MERCADO

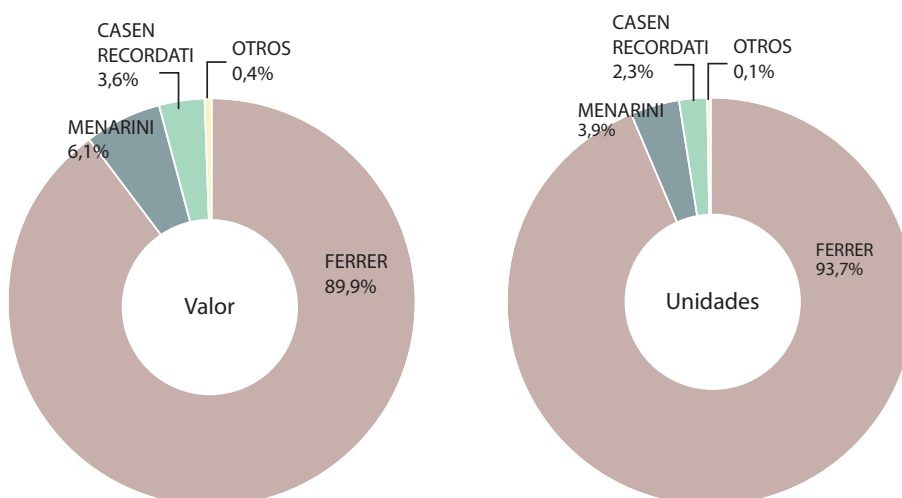


VENTAS en miles

| | Unidades | Evolución unidades (%) | Ventas | Evolución ventas (%) |
|--------------|--------------|------------------------|---------------|----------------------|
| ZAMBON | 2.205 | -5,2 | 7.175 | -6,1 |
| KERN PHARMA | 497 | 20,7 | 1.545 | 22,4 |
| STADA | 247 | 33,2 | 891 | 31 |
| OTROS | 958 | -21,5 | 3.090 | -21,2 |
| TOTAL | 3.909 | -5,7 | 12.702 | -6 |

MERCADO OTROS PRODUCTOS UROLÓGICOS (abril 2020 - marzo 2021)

CUOTA DE MERCADO



VENTAS

| | Unidades | Evolución unidades (%) | Ventas | Evolución ventas (%) |
|-----------------|----------------|------------------------|------------------|----------------------|
| FERRER | 244.521 | 6,1 | 3.625.028 | 9,7 |
| MENARINI | 10.255 | -18,7 | 245.698 | -14,9 |
| CASEN RECORDATI | 5.890 | 17,7 | 145.591 | -15,8 |
| OTROS | 348 | -23,8 | 16.960 | 14,7 |
| TOTAL | 261.013 | 4,1 | 4.033.278 | 6,7 |

Según ventas en euros PVL a MAT 03/21

Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, NP. Elaboración: IM Médico

Ferrer subió un puesto para liderar el *Top3* Laboratorios con un muy meritorio crecimiento del 9,73%, dentro de una casi excluyente *market share* del 89,88%. Con este movimiento Casen Recordati, que retrocedió e -15,81% en valor, se colocó en tercera posición. Quedando en medio Menarini, que también retrocedió, en su caso el -14,92%. El grupo Total Otros, en sentido contrario, registró un muy saludable crecimiento en valor del 14,7%.

En este grupo se dio el único cambio en *Top Brands*. Acalca (litiasis e hipocitraturia) lideró seguida de *Priligy* (eyaculación precoz), mientras que *Uronefex* (litiasis) dejó su sitio a *Fortacin* y su indicación para la eyaculación precoz.

Remontar tres años de caídas

El mercado de fármacos urológicos, en retroceso desde el invierno de 2018, no aprovecha el envejecimiento de la población y se ve constreñido por una pandemia que reduce consultas e intervenciones en la especialidad. De forma que, salvo la reaparición de *Fortacin* en el *Top 3 Brands* este mercado consolida una tendencia decreciente que únicamente nuevas apuestas por la innovación podrían revertir.

Por el contrario, y en el aspecto positivo, cabe destacar la presentación de *TENA Protects*, programa de sostenibilidad basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU que ha emprendido la compañía del mismo nombre, especializada en incontinencia urinaria. Con la idea, más que factible, de reducir la huella de carbono de la compañía en el horizonte del año 2030. +