

DIA MUNDIAL SEM TABACO: Consumo dispara



Dia 31 de maio, é considerado o “Dia Mundial sem Tabaco”.

Na próxima sexta-feira (31/05), é lembrado o “Dia Mundial sem Tabaco”, criado em 1987 pela Organização Mundial da Saúde (OMS) para alertar sobre os sérios riscos relacionados ao tabagismo. Quase quatro décadas depois dessa iniciativa, o cenário ainda é alarmante.

Dados do IPC Maps, especializado em potencial de consumo, apontam que até o final deste ano, os brasileiros gastarão cerca de R\$ 29 bilhões com produtos derivados ou relacionados ao tabaco. Segundo Marcos Pazzini, responsável pelo IPC Maps, esse valor representa uma alta de 9% em relação às despesas do ano passado, quando o setor movimentou R\$ 26,5 bilhões. *“Infelizmente, isso é um sintoma de que o vício e o prazer superam qualquer adversidade”*, considera Pazzini.

Neste cálculo, são levadas em conta as despesas com cigarros, charutos, fumo para cachimbo, fumo para cigarros e outros artigos para fumantes, como fósforos, isqueiros etc.

Sobre o IPC Maps

Publicado anualmente pela IPC Marketing Editora, empresa que utiliza metodologias exclusivas para cálculos de potencial de consumo nacional, o IPC Maps destaca-se como o único estudo que apresenta em números absolutos o detalhamento do potencial de consumo por categorias de produtos para cada um dos 5.570 municípios do País, com base em dados oficiais, através de versões em softwares de geoprocessamento. Este trabalho traz múltiplos indicativos dos 22 itens da economia, por classes sociais, focados em cada cidade, sua população, áreas urbana e rural, setores de produção e serviços etc., possibilitando inúmeros comparativos entre os municípios, seu entorno, estado, regiões e áreas metropolitanas, inclusive em relação a períodos anteriores. Além disso, o IPC Maps apresenta um detalhamento de setores específicos a partir de diferentes categorias.

Foto: Divulgação

<https://www.jornalpanfletus.com.br.cp3.masterix.inf.br/noticia/5578/dia-mundial-sem-tabaco-consumo-dispara> em 08/04/2026 05:44