

# EMOÇÕES, INVESTIMENTOS, CONSUMO E RISCO

## 1 INTRODUÇÃO

O estudo da relação entre finanças e emoções não é novo. Diversos estudos anteriores forneceram *insights* sobre como certas emoções, como medo e ganância, podem afetar o comportamento do mercado e as decisões individuais, e também estudos que mostram o quanto as emoções afetam a tomada de decisão. No entanto, esses estudos muitas vezes focaram em emoções isoladas ou em contextos específicos, sem considerar a ampla gama de emoções e como estas interagem para influenciar o comportamento financeiro em uma diversidade de situações.

## 2 PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

Com isso, o estudo levanta a seguinte pergunta: Como as diferentes emoções afetam as decisões de investimento e de gastos dos indivíduos? Nesse contexto, o presente estudo se justifica pelo conteúdo de análise das emoções positivas e negativas de forma ampla, o que não é muito estudado, além de informações relevantes para o mercado conhecer o comportamento dos tomadores de decisão. O estudo fará uma análise sobre como as emoções positivas e negativas podem influenciar nas decisões de consumo, de investimento e na propensão ao risco.

## 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A racionalidade é um ato feito pelo indivíduo e a sua relação com referência à finalidade pretendida (MARQUES *et al.*, 2021). Por ela que o ser humano toma uma decisão, para escolher entre as possibilidades, e ponderar as consequências e riscos e realizar suas escolhas de forma consciente. Então pela racionalidade que o ser humano é capaz de realizar suas decisões, levando em conta os benefícios e malefícios futuros oriundos dessa decisão (PEREIRA; FONSECA, 2009).

O processo de decisão são passos para a resolução de um problema, da maneira mais adequada (MARQUES *et al.*, 2021). A partir da visão de Gomes (2007), a decisão é um processo em que a escolha de pelo menos uma entre múltiplas possibilidades é levada para resolver um problema; essas possibilidades podem dar resultados satisfatórios ou não; a decisão não leva em conta apenas a capacidade intelectual da pessoa, mas também quanto a sua cultura e forma de pensar; o processo de decisão é mais complexo do que apenas realizar uma escolha.

Há vários fatores ligados ao processo de decisão, pois as decisões não são feitas de forma inteiramente racional, e um desses fatores são as heurísticas, que são atalhos mentais que facilitam no processo de decisão, que podem levar a vieses cognitivos (TVERSKY; KAHNEMAN, 1973).

Há várias heurísticas identificadas por Tversky e Kahneman (1974), uma delas é a da disponibilidade, que é um atalho mental em que a chance de um evento ocorrer é dado pelo quão fácil um exemplo pode vir à mente, fazendo decisões com base em eventos passados, levando a vieses. (TVERSKY; KAHNEMAN, 1974; SAMSON, 2015). Outra heurística importante é a da representatividade (KAHNEMAN; TVERSKY, 1972).

Mais do que apenas as heurísticas, vieses e racionalidade, a tomada de decisão também é influenciada pelas emoções; as decisões baseadas em emoções positivas ou negativas podem ser mais eficientes do que as decisões racionais, pois elas tanto influenciam

o comportamento do indivíduo como os ao seu redor, podendo chegar ao resultado que mais lhe beneficia. (WINTER, 2015).

#### 4 METODOLOGIA

Este estudo é do tipo descritivo qualitativo, com dados coletados por entrevistas. A amostra contempla participantes escolhidos de forma aleatória que sejam investidores, e os dados foram coletados no período de abril a julho de 2025, resultando em 40 respondentes. Os dados foram transcritos em planilha online, e categorizados para melhor interpretação e para responder aos pressupostos (BARDIN, 1977).

Para a coleta foram elaboradas 21 questões abertas para as entrevistas, sendo 3 questões para cada pressuposto, que são: As emoções positivas tendem a aumentar a propensão ao risco; as emoções positivas tendem a levar a decisões de investimento mais audaciosas; as emoções positivas levam a um aumento nos gastos de consumo; as emoções negativas promovem a aversão ao risco; as emoções negativas resultam em comportamentos de investimento mais conservadores; as emoções negativas levam a uma redução nos gastos discricionários; as emoções negativas levam a um aumento no consumo como mecanismos de compensação. No quadro abaixo se encontram as perguntas usadas para a entrevista.

Quadro 1 – Perguntas da entrevista

Numeração	Perguntas
1	1. Você já percebeu que, quando está de bom humor, acaba se sentindo mais confiante para tomar decisões mais arriscadas? (Por exemplo, gastar mais do que o planejado, fazer uma compra por impulso ou investir em algo sem refletir tanto.) 1.1 Se sim, consegue lembrar de algum exemplo em que isso aconteceu com você? 1.2 Se não, por que você acha que isso não acontece com você, mesmo quando está em um bom momento?
2	2. Você sente que, quando está feliz, acaba dizendo mais "sim" para as situações, mesmo quando envolvem algum risco? 2.1 Se sim, que tipo de situações costumam envolvê-lo(a) nesse impulso? 2.2 Se não, por que acha que não se deixa levar por esse momento?
3	3. Quando está se sentindo bem, você acredita que tende a ignorar os possíveis riscos envolvidos nas suas escolhas? 3.1 Se sim, por quê? 3.2 Se não, por quê?
4	4. Você se sente motivado(a) a fazer investimentos mais ousados após momentos de euforia e otimismo? 4.1 Se sim, pode contar uma situação assim? 4.2 Se não, por que acha que não se deixa levar por esses momentos?
5	5. O que você costuma sentir quando vê seus investimentos dando certo? 5.1 Essa sensação influencia suas próximas decisões financeiras?
7	7. Em momentos de confiança e empolgação, você percebe uma tendência de buscar oportunidades mais arriscadas no mercado financeiro? 7.1 Se sim, por quê? 7.2 Se não, por quê?
8	8. Você tende a gastar mais quando está alegre ou otimista? 8.1 Se sim, pode compartilhar um exemplo? 8.2 Se não, por que você acha que não se deixa influenciar por esses momentos?
9	9. Em momentos de felicidade, você costuma fazer compras por impulso? 9.1 Se sim, por quê? 9.2 Se não, por que você acha que não age assim mesmo quando está feliz?

10	10. Quando está muito feliz, você costuma abrir mão da economia para comprar algo mais caro do que o habitual? 10.1 Se sim, por quê? 10.2 Se não, por que você acha que não age assim?
11	11. Se você não está bem emocionalmente e tiver que tomar uma decisão que tem risco de perda financeira, você a faria ou deixaria para fazer isso quando estivesse melhor? Por quê?
12	12. Você acha que pode tomar uma boa decisão para algo que possa envolver algum tipo de risco caso esteja frustrado ou triste? 12.1 Se sim, por quê acha isso? 12.2 Se não, por quê acha isso?
13	13. Já houve uma situação em que, por estar se sentindo mal emocionalmente, você desistiu de fazer algo arriscado que talvez lhe beneficiaria (ex: mudar de emprego)? 13.1 Se sim, conte essa situação. 13.2 Se não, o que faria se isso acontecesse?
6	6. E quando estão dando errado? 6.1 Essa sensação influencia suas próximas decisões financeiras?
14	14. Se você tivesse um investimento de alto risco, que rende muito, mas tem uma grande chance de perder dinheiro, você continuaria com esse investimento? 14.1 Se sim, por quê? 14.2 Se não, por quê?
15	15 Você prefere fazer investimentos (ex.: renda fixa) conservadores ou outros que rendem mais, mas que podem levar a perdas? por quê?
16	16. Supondo que você está no limite do seu orçamento, você faria gastos desnecessários, como doces ou lazer? 16.1 Se sim, por quê? 16.2 Se não, por quê?
17	17. Se você perdesse dinheiro de alguma forma inesperada, você iria gastar menos para compensar? 17.1 Se sim, por quê? 17.2 Se não, por quê?
18	18. Quando você não está se sentindo bem emocionalmente, você diminui os seus gastos? 18.1 Se sim, dê exemplo. 18.2 Se não, por quê?
19	19. Quando você não está se sentindo bem emocionalmente, você faz algum tipo de gasto para te dar algum alívio? 19.1 Se sim, o que faz? 19.2 Se não, por quê?
20	20. Se você está se sentindo triste ou frustrado, você acha que pode se sentir melhor ao fazer compras? 20.1 Se sim, por quê? 20.2 Se não, por quê?
21	21. Você acha que gasta mais quando está se sentindo mal emocionalmente? 21.1 Se sim, por quê você acha isso? 21.2 Se não, por quê você acha isso?

Fonte: Autor do artigo

## 5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 5.1 PERFIL DA AMOSTRA

Foram entrevistados um total de 40 pessoas, e foram consideradas apenas as entrevistas que foram respondidas mais de 50% das perguntas, resultando em 39 entrevistas para a análise. Quanto à idade dos entrevistados, observou-se que 46,15% apresentaram entre 20 a 24 anos, 12,82% entre 25 a 34 anos, 20,51% entre 35 a 44 anos, 7,69% entre 45 a 54 anos, e 12,82% entre 55 a 64 anos. Quanto ao gênero, 66,67% se identificaram como

masculinos, e 33,33% como femininos. Quanto ao estado civil, 71,79% dos entrevistados são solteiros e 28,21% são casados.

Quanto ao grau de escolaridade, 38,46% têm ensino superior incompleto, 20,51% têm ensino médio completo, 10,26% têm ensino superior completo, 2,56% têm mestrado incompleto, e 28,21% têm pós graduação. Quanto aos tipos de investimento, 48,72% fazem apenas investimentos de renda fixa, e 51,28% fazem investimentos de renda fixa e renda variável.

Quanto à renda, 2,56% preferiu não informar a renda, 28,21% possuem uma renda de até R\$ 1000,00, 33,33% de R\$ 1.001,00 até R\$3.000,00, 10,26% de R\$3.001,00 até R\$5.000,00, 2,56% de R\$5.001,00 até R\$7.000,00, e 23,08% acima de R\$10.001,00. Quanto a possuir filhos ou dependentes, 74,36% dos entrevistados disseram não ter filhos ou dependentes, 7,69% possuem um filho ou dependente, e 17,95% possuem dois filhos ou dependentes.

## 5.1 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Quanto à análise das entrevistas, as respostas foram categorizados quanto às suas similaridades para responder aos pressupostos levantados. Com base nos dados das perguntas 1, 2 e 3 para o primeiro pressuposto, pode-se destacar que as emoções positivas aumentam a confiança para tomar decisões mais arriscadas, como mostra o 61,54% de concordância da pergunta 1; mas quanto a aceitar situações que envolvam risco, ou mesmo ignorar os riscos nas decisões, a influência das emoções positivas é menor, como mostrado pelos 51,28% e 71,79% de discordância das perguntas 2 e 3 respectivamente.

Para o segundo pressuposto, das perguntas 4, 5 e 7, destaca-se que emoções positivas não são o suficiente para levar a fazer investimentos de maior risco nem para buscar opções arriscadas no mercado financeiro, como mostra os 35,90% e 38,46% de concordância nas questões 4 e 5 respectivamente. Quanto às emoções positivas vindas de investimentos do respondente, mostra-se que influenciam na tomada de decisão futura, mostrada pela concordância de 76,92% na questão 7.

Para o pressuposto 3, das perguntas 8, 9 e 10, as emoções positivas levam a uma tendência a gastar mais, como mostra os 71,79% de concordância na pergunta 8. Quanto às compras impulsivas, a influência das emoções positivas é menor, como mostra os 64,10% de discordância na pergunta 9; e a menor influência das emoções positivas para fazer compras mais caras, como mostra os 76,92% de discordância na pergunta 10.

No pressuposto 4, pelas respostas analisadas das perguntas 11, 12 e 13, as emoções negativas levam a aversão ao risco, com tendência a adiar a decisão ou deixar de tomar decisões arriscadas, como mostra os 89,74% que preferiam adiar decisões arriscadas na pergunta 11 e 61,54% que desistiram de tomar decisões arriscadas na pergunta 13. Além disso, as emoções negativas podem levam a uma pior tomada de decisão, como mostra os 53,85% que discordaram da questão 12.

No pressuposto 5, Pela análise das respostas das perguntas 6, 14 e 15, as emoções negativas levam a comportamentos mais conservadores, pois a aversão ao risco leva os respondentes a mudar ou descontinuar seus investimentos de risco, como mostra os 61,54% que não continuariam com um investimento de alto risco na pergunta 14. Os respondentes têm um perfil conservador, como mostra 79,49% responderam que preferem investimentos conservadores na questão 15. Também mostra que emoções negativas influenciam as decisões de investimentos de risco, como mostra os 56,42% que responderam ser influenciados para manter ou deixar o investimento na pergunta 6.

No pressuposto 6, dado as respostas coletadas nas perguntas 16, 17 e 18, as emoções negativas levam a diminuição nos gastos, como mostrado pela aversão ao risco dos

respondentes por querer compensar o dinheiro que perdem ou privar de gastos por causa de seu orçamento, como visto os 76,92% que não fariam gastos desnecessários no limite de seu orçamento na pergunta 16, os 87,18% que reduziriam os gastos no caso de perda de dinheiro para compensar a perda na pergunta 17, e os 51,28% que responderam que gastam menos por causa de emoções negativas na pergunta 18.

No pressuposto 7, pelos resultados coletados nas perguntas 19, 20 e 21, as emoções negativas levam a fazer gastos para se sentir melhor, como mostra 53,85% que gastam para se sentir melhor na pergunta 19; os respondentes tendem a não achar que compras os fazem se sentir melhor quando estão mal emocionalmente, com 48,72% na pergunta 20; as emoções negativas não tendem a aumentar o consumo, como foi respondido que apenas 20,51% consome mais por conta de emoções negativas na pergunta 21.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com base nos resultados, quanto ao pressuposto 1, é possível concluir que as emoções positivas aumentam a aceitação do risco ao tomar decisões; porém, as emoções positivas não tendem a ignorar os riscos das suas decisões, e tendem a não aceitar situações que envolvam risco. Com isso, conclui-se que a hipótese não foi confirmada, pois embora as emoções positivas tenham influência para aceitar o risco, elas não levam a tender a tomar decisões arriscadas.

Quanto ao pressuposto 2, os resultados mostram que as emoções positivas influenciam nas decisões de investimento quando conseguem resultados de investimentos, mas não tendem a influenciar quanto a buscar investimentos mais ousados, e não tendem a motivar investimentos. Conclui-se que a hipótese não foi confirmada, pois a influência das emoções positivas pode aumentar a tendência a aceitar o risco das escolhas, elas não tendem a aumentar a propensão ao risco.

Para o pressuposto 3, os resultados mostram que as emoções positivas tendem a aumentar os gastos de consumo, mas não com compras impulsivas e compras mais caras que o habitual. Nisso, conclui-se que a hipótese foi confirmada, pois as emoções positivas aumentam os gastos de consumo, mesmo que não tendem a impulsos ou compras fora do habitual.

Quanto ao pressuposto 4, os resultados mostram que as emoções negativas levam ao receio de tomar decisões que hajam risco, e que influenciam negativamente na tomada de decisão quanto ao risco, levando a aversão ao risco mesmo quando a decisão é vantajosa. Conclui-se que a hipótese foi confirmada, pois as emoções negativas levam a tomar decisões menos arriscadas e a aversão ao risco.

Quanto ao pressuposto 5, os resultados mostram que as emoções negativas influenciam as decisões de investimento, e que a aversão ao risco leva a um comportamento mais conservador; também mostrou-se a tendência a investimentos mais conservadores. Conclui-se que a hipótese não foi confirmada, pois embora houve um comportamento mais conservador, esse comportamento não foi influenciado pelas emoções.

Quanto à hipótese 6, em que as emoções negativas levam a uma redução nos gastos discricionários, os resultados mostram que as emoções negativas levam a fazer uma diminuição nos gastos, além de uma aversão ao risco quanto à fazer gastos acima do orçamento, e um comportamento de diminuir gastos quando se perde dinheiro. Conclui-se que a hipótese foi confirmada, pois os respondentes tendem a gastar menos por conta de emoções negativas.

Quanto ao pressuposto 7, os resultados mostram que as emoções negativas levam a uma tendência a fazer gastos para se sentir melhor, mas não a fazer mais gastos do que normalmente faz, e os respondentes tendem a não se sentirem melhor com consumo. Nisso,

conclui-se que a hipótese não foi confirmada, pois embora os respondentes tendem a consumir como mecanismo de compensação, seu consumo em geral não aumenta por conta de emoções negativas.

Assim, o estudo confirmou 3 de 7 pressupostos, e mostra que o estudo teve uma amostra limitada e há necessidade de uma maior amostra para uma análise mais aprofundada, com condição social e faixa etária mais variada. O estudo também recomenda a produção de estudo com mais perguntas, a fim de aprofundar a análise das emoções positivas e negativas nas decisões de consumo, risco e investimento já feitas neste artigo.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

GOMES, L. F. A. M. *Teoria da decisão - Coleção Debates em Administração*. Porto Alegre: +A Educação - Cengage Learning Brasil, 2006. E-book. ISBN 9788522108275. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522108275/>. Acesso em: 21 jun. 2025.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Subjective probability: A judgment of representativeness. *Cognitive Psychology*, [s. l.], v. 3, n. 3, p. 430–454, jul. 1972. [https://doi.org/10.1016/0010-0285\(72\)90016-3](https://doi.org/10.1016/0010-0285(72)90016-3)

MARQUES, E. V; SANTOS, M. A. S. dos; NASCIMENTO, W. H. S. do; GOMES, J. de S.; NETO, J. F. C. *Análise do comportamento financeiro do cidadão jovem, razão e emoção nas decisões: o que pensamos e o que efetivamente fazemos*. *Ágora : revista de divulgação científica*, v. 26, p. 130–149, 14 set. 2021.

PEREIRA, M. J. L. de B.; FONSECA, J. G. M. *Série Gestão Estratégica - Faces da Decisão - Abordagem Sistêmica do Processo Decisório*. Rio de Janeiro: LTC, 2009. E-book. ISBN 978-85-216-2276-5. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-216-2276-5/>. Acesso em: 21 jun. 2025.

[Samson, A.] (2015). [Uma Introdução À Economia Comportamental]. In Avila, F. e Bianchi, A. (Orgs.)(2015). *Guia de Economia Comportamental e Experimental*. São Paulo. [EconomiaComportamental.org](http://EconomiaComportamental.org). Disponível em [www.economiacomportamental.org](http://www.economiacomportamental.org). Licença: Creative Commons Attribution CC-BY-NC – ND 4.0

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, [s. l.], v. 5, n. 2, p. 207–232, set. 1973.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases: Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *Science*, [s. l.], v. 185, n. 4157, p. 1124–1131, 27 set. 1974. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>.

[Winter, E.] (2015). [Economia Comportamental e Experimental por Pesquisadores Brasileiros]. In Avila, F. e Bianchi, A. (Orgs.)(2015). *Guia de Economia Comportamental e Experimental*. São Paulo. [EconomiaComportamental.org](http://EconomiaComportamental.org). Disponível em [www.economiacomportamental.org](http://www.economiacomportamental.org). Licença: Creative Commons Attribution CC-BY-NC – ND 4.0