

# CÓMO LAS EMOCIONES MOLDEAN NUESTROS HÁBITOS ALIMENTARIOS: UN ENFOQUE NEUROCIENTÍFICO

## HOW EMOTIONS SHAPE OUR EATING HABITS: A NEUROSCIENTIFIC APPROACH

Luis Fernando Arboleda Álvarez<sup>1</sup>, María Belén Bravo Avalos<sup>2</sup>, Santiago Patricio Bravo Avalos<sup>3</sup>,  
Diego Alejandro Arboleda Álvarez<sup>4</sup>

{luisf.arboleda@esPOCH.edu.ec<sup>1</sup>, maria.bravo@esPOCH.edu.ec<sup>2</sup>, santy\_rio@hotmail.com<sup>3</sup>, diego.arboleda@hotmail.com<sup>4</sup>}

Fecha de recepción: 2/09/2024

/Fecha de aceptación: 24/09/2024

/Fecha de publicación: 1/10/2024

**RESUMEN:** Este artículo analiza la influencia de las neuro-emociones en el hábito de consumo alimenticio, destacando cómo las emociones positivas y negativas afectan tanto la elección como la cantidad de alimentos consumidos. Se examinan estudios recientes que revelan una relación bidireccional: las emociones no solo determinan qué y cuánto se come, sino que ciertos alimentos también pueden generar emociones específicas. La investigación sugiere que la regulación emocional y el control cognitivo son clave para prevenir problemas de salud relacionados con la alimentación, como la obesidad y los trastornos alimentarios. Se concluye que comprender la relación entre neuro-emociones y alimentación es esencial para desarrollar estrategias nutricionales más efectivas que aborden tanto los aspectos fisiológicos como emocionales del comportamiento alimentario.

**Palabras clave:** *Neuro-emociones, consumo, alimentos, cantidad, calidad, regulación emocional, alimentación emocional*

**ABSTRACT:** This article examines the influence of neuro-emotions on eating habits, highlighting how both positive and negative emotions affect food choice and quantity. Recent studies reveal a bidirectional relationship: emotions not only determine what and how much people eat, but certain foods can also evoke specific emotions. The research suggests that emotional regulation and cognitive control are crucial for preventing health issues related to eating, such as obesity and eating disorders. It concludes that understanding the relationship between neuro-emotions and eating is essential for developing more effective nutritional strategies that address both the physiological and emotional aspects of eating behavior.

**Keywords:** *Neuro-emotions, consumption, food, quantity, quality, emotional regulation, emotional eating*

<sup>1</sup>Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Ecuador. <https://orcid.org/0000-0001-5541-6239>; +5930987056411

<sup>2</sup>Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Ecuador. <https://orcid.org/0000-0002-5999-4690>; +5930995025210

<sup>3</sup>Investigador independiente, <https://orcid.org/0009-0009-2571-8928>

<sup>4</sup>Investigador independiente, <https://orcid.org/0009-0008-3867-0487>

## INTRODUCCIÓN

Las emociones y los estados de ánimo juegan un papel crucial en el comportamiento alimentario, influyendo tanto en la cantidad como en el tipo de alimentos consumidos por las personas, ya sea que sigan patrones dietarios normales o que presenten hábitos crónicos (1). En el caso de los dietantes crónicos (DC), ciertas condiciones emocionales pueden promover un aumento en el consumo de alimentos, un fenómeno conocido como desinhibición alimentaria, que ha sido ampliamente documentado (2).

La relación entre emociones y alimentación también revela que muchas personas carecen de conocimientos suficientes sobre cómo estos factores emocionales impactan sus hábitos alimenticios (3)(4). Este desconocimiento es preocupante, ya que la falta de control emocional puede desencadenar problemas de salud como obesidad, enfermedades cardíacas, colesterol elevado y diabetes, entre otros (5). Trastornos alimentarios como la bulimia y la anorexia están estrechamente vinculados con emociones negativas, como la baja autoestima, que pueden generar ansiedad y aislamiento social (6).

Las emociones no solo afectan la elección de alimentos, sino también su calidad y cantidad (7). Existe una relación bidireccional: ciertas emociones pueden inducir el consumo de alimentos específicos, mientras que determinados alimentos y su contexto de consumo pueden generar emociones particulares (8). El estrés crónico, por ejemplo, puede llevar a un consumo elevado de alimentos altos en grasas y azúcares, reforzando la idea de que las neuro-emociones tienen un impacto directo y tangible en los hábitos alimenticios (9).

Entender cómo las neuro-emociones influyen en las decisiones alimentarias es esencial para desarrollar intervenciones y estrategias que promuevan una alimentación más consciente y equilibrada (10). Al profundizar en la intersección entre neurociencia, emociones y conducta alimentaria, se pueden diseñar enfoques más efectivos para prevenir y tratar trastornos alimentarios, mejorar la nutrición y promover el bienestar general en diversas poblaciones (11).

El presente artículo tiene como objetivo analizar la influencia de las neuro-emociones en el hábito de consumo alimenticio (12). Al comprender cómo las neuro-emociones afectan la elección y el consumo de alimentos, se espera proporcionar información valiosa para desarrollar estrategias más efectivas en la promoción de una alimentación saludable y la prevención de trastornos alimentarios (13), (14).

## MATERIALES Y MÉTODOS

### Fuente de datos y estrategia de búsqueda

Para la recopilación de información se utilizaron las bases de datos digitales de PubMed, Elsevier, Google Académico y ScienceDirect. Se emplearon palabras clave como "neuro-emociones y alimentación", "influencia emocional en el consumo de alimentos", "neurociencia y comportamiento alimentario", "emociones y hábitos alimenticios", así como expresiones

relacionadas como "impacto del estrés en la alimentación", "regulación emocional y consumo de alimentos", y "respuesta emocional al consumo alimentario".

### **Criterio de selección**

Se revisaron un total de 37 publicaciones, de las cuales se seleccionaron 13 que cumplían con los criterios de inclusión definidos para garantizar la veracidad y relevancia de la información. Los criterios de selección incluyeron la procedencia de fuentes académicas y científicas reconocidas, tales como revistas revisadas por pares, publicaciones de instituciones académicas, y libros de editoriales especializadas en neurociencia y nutrición. Además, se priorizó la actualidad de los estudios, utilizando principalmente investigaciones recientes para reflejar el estado más reciente del conocimiento en el campo

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En un estudio realizado por (15), el cual se enfocó en identificar los alimentos consumidos con mayor frecuencia por estudiantes universitarios y las emociones que experimentan durante la alimentación. Participaron 819 estudiantes universitarios, hombres y mujeres, con un promedio de edad de 22 años. Los resultados generales indican que las emociones que experimentan los universitarios durante la alimentación son en su mayoría agradables, como disfrute, placer, alegría, felicidad y amor. Se encontraron diferencias significativas entre géneros; por ejemplo, las mujeres reportaron mayor frecuencia de emociones agradables al consumir chocolate, mientras que los hombres lo hicieron al consumir comida rápida. El estudio resaltó que las emociones también influyen en la elección de alimentos, con un 28% de las mujeres y hombres experimentando antojos generalmente y ocasionalmente, respectivamente, y el 26% de ambos géneros consumiendo alimentos cuando están preocupados.

En el estudio "Las emociones y su impacto en la alimentación" (16), se enfocó en cómo las emociones influyen en los hábitos alimentarios de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Humanísticas y Sociales de la Universidad Técnica de Manabí. Los resultados revelaron que un 22% de las mujeres, cuando están en un estado de ánimo bajo, prefieren la comida rápida, mientras que un 22% de los hombres prefieren la comida casera. El 28% de las mujeres reportaron tener antojos generalmente, y el 26% indicaron que consumen alimentos cuando están preocupadas. En comparación, un 28% de los hombres experimentan antojos a veces, y un 26% comen por preocupación. Los alimentos que más provocan felicidad son el chocolate para el 18% de las mujeres y la comida rápida para el 18% de los hombres. En cuanto al enojo, el 36% de las mujeres tiende a no comer, mientras que el 14% de los hombres comen inconscientemente.

En la investigación de (17), en el cual se investigó las emociones y la conducta alimentaria centrándose en cómo las emociones pueden influir en la elección, calidad y cantidad de alimentos ingeridos. La metodología incluyó una revisión bibliográfica exhaustiva y el análisis de diversos estudios que abordan la conexión entre las emociones y la alimentación. Los resultados indicaron que las emociones juegan un rol significativo en la ingesta de alimentos, con emociones positivas y negativas intensas que pueden aumentar el consumo alimentario debido a la inhibición del

control alimentario. Se observó que las emociones como la ira y la alegría incrementan el hambre y la ingesta de alimentos hedónicos, mientras que el estrés intenso puede suprimir la alimentación. La conclusión principal del estudio es que la comprensión y aplicación de estrategias efectivas de regulación emocional pueden ser clave para manejar la ingesta alimentaria.

(18) investigó cómo las emociones influyen en el consumo de alimentos, utilizando una metodología que involucró encuestas y análisis de patrones dietarios en diversos grupos de individuos. Los resultados mostraron que las emociones negativas, como el estrés, la ira y la tristeza, tienden a aumentar la ingesta de alimentos altos en azúcares y grasas, considerados alimentos reconfortantes, mientras que las emociones positivas también pueden incrementar la ingesta, pero en menor medida y con alimentos diferentes. Se observó que el estrés psicosocial, derivado de condiciones sociales deficientes, está relacionado con un aumento de la ingesta alimentaria y la obesidad concluyendo que las emociones tienen una influencia significativa y bidireccional en la conducta alimentaria, donde no solo las emociones afectan qué y cuánto se come, sino que también ciertos alimentos pueden generar emociones específicas, resaltando la complejidad de esta relación y la necesidad de considerar el contexto social y situacional en estos estudios.

En el estudio longitudinal realizado por el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid (19), se examinó cómo las emociones influyen en la ingesta de alimentos y el control del peso, comparando adultos sedentarios con cicloturistas físicamente activos. La metodología incluyó la encuesta "Comedor Emocional" para evaluar el impacto emocional en la alimentación y una intervención nutricional de seis meses. Los resultados mostraron que las personas sedentarias, con un promedio de IMC de 33,6, eran más emocionales en su ingesta (puntuación media de 13,4) en comparación con los cicloturistas (IMC promedio de 24,2 y puntuación emocional de 7,1). Las emociones negativas, como el estrés y la ansiedad, llevaron a una mayor ingesta de alimentos en los sedentarios, mientras que los cicloturistas mostraron una mejor regulación emocional y control del peso a través del ejercicio. Se concluyó que las emociones tienen un impacto significativo en la alimentación, y que una mejor regulación emocional, junto con el ejercicio regular, puede ser clave para un control efectivo del peso.

En el estudio de (20), se investigó la relación entre la elección de alimentos y las emociones entre estudiantes universitarios. Se utilizó una metodología basada en encuestas enviadas a través de un servicio de mensajería de texto durante cuatro días seleccionados aleatoriamente en una semana. Los participantes recibieron mensajes de texto ocho veces al día, pidiéndoles que reportaran su actividad actual y detallaran los alimentos que estaban consumiendo. Las categorías de alimentos incluyeron galletas, snacks salados, frutas y verduras, entre otros. Los datos se analizaron utilizando modelos lineales generales y ecuaciones de estimación generalizada para examinar las asociaciones entre emociones (positivas, negativas y apáticas) y la elección de alimentos. Los resultados mostraron que las emociones positivas se asociaron con el consumo de frutas y verduras, mientras que las emociones negativas y apáticas se relacionaron con la ingesta de snacks salados y alimentos dulces. La conclusión principal del estudio fue que las emociones juegan un papel significativo en la elección de alimentos.

El estudio de (21) examina los mecanismos sensoriales, fisiológicos y psicológicos que influyen en la elección de alimentos en función de las emociones. Revisó tanto los estados de ánimo como las emociones específicas, mediante una exhaustiva revisión de la literatura y estudios previos sobre la relación bidireccional entre emociones y alimentación. Los resultados indican que comer puede alterar el estado de ánimo, generalmente disminuyendo la excitación y la irritabilidad, mientras aumenta la calma y los afectos positivos. No obstante, el consumo de alimentos inusuales o poco saludables puede tener un impacto negativo en el estado de ánimo. Además, se encontró que los alimentos dulces y grasos pueden mejorar el estado de ánimo y mitigar el estrés, a través de la modulación de la neurotransmisión cerebral. En conjunto, estos hallazgos sugieren una interacción bidireccional entre emociones y elección de alimentos, con importantes implicaciones para diseñar intervenciones dietéticas y de salud mental más efectivas, al comprender mejor estos mecanismos subyacentes.

El estudio de (22), se examina la relación entre las emociones y la ingesta de alimentos, considerando las características individuales y los estados emocionales específicos. Utilizando teorías como la psicósomática de la obesidad y la hipótesis de la restricción, se investigaron las interacciones entre emociones y conductas alimentarias. Los resultados mostraron que las emociones negativas aumentan el consumo de alimentos, mientras que las emociones positivas también lo hacen, aunque de manera menos concluyente. Se observó que emociones frecuentes como la alegría y la ira tienen un mayor impacto en la ingesta de alimentos. La conclusión principal es que las emociones influyen significativamente en el comportamiento alimentario, tanto en personas con peso normal como en personas con sobrepeso.

En el estudio "Reputation and emotion: How the mind drives our food preferences and choices" (23) se investigó cómo la reputación de los alimentos y las emociones que estos provocan predicen la disposición a comer ciertos alimentos. Se utilizó un modelo de regresión para analizar el impacto de la reputación alimentaria en la disposición a comer, mediado por las emociones alimentarias (positivas y negativas) y la preferencia alimentaria, tanto en alimentos preferidos (pizza) como no preferidos (vísceras). La metodología incluyó un estudio preliminar para identificar los alimentos preferidos y no preferidos, seguido de encuestas a los participantes. El estudio demuestra que las emociones relacionadas con los alimentos tienen una influencia significativa en la disposición a consumirlos. Los factores cognitivos, como la reputación alimentaria, tienen un predominio más fuerte que los factores emocionales a la hora de predecir la disposición a comer, tanto para los alimentos preferidos como los no preferidos. Se encontró que los alimentos con peor reputación son los más afectados por las emociones, tanto positivas como negativas, que provocan en las personas. La conclusión principal es que las emociones relacionadas con un alimento influyen significativamente en la disposición a comerlo, pero los factores cognitivos (reputación alimentaria) predominan sobre los emocionales en la predicción de la disposición a comer.

El estudio "Food and Emotion" (24) explora la relación entre las emociones y el comportamiento alimentario humano, con un enfoque particular en cómo las emociones influyen en la ingesta de alimentos y cómo el proceso de pérdida de peso puede afectar emocionalmente a los individuos. Para investigar esto, los autores revisaron la literatura existente sobre la relación entre las

emociones y la alimentación, examinando teorías clave como la teoría psicósomática de la obesidad y la hipótesis de la restricción. Los resultados muestran que diferentes emociones, como el aburrimiento, la depresión, la ira y la alegría, tienen distintos efectos sobre la cantidad y el tipo de alimentos consumidos. El estudio revela que la pérdida de peso significativa, incluso en personas con peso normal, puede llevar a cambios psicológicos adversos, similares a los observados en trastornos alimentarios como la anorexia. La conclusión del estudio sugiere que tanto las emociones como las conductas alimentarias están intrínsecamente vinculadas.

Este estudio de (25) se centró en revisar sistemáticamente la relación entre la alimentación emocional, el consumo de alimentos hiperpalatables densos en energía, y los indicadores de estado nutricional. Para llevar a cabo esta revisión, se siguió la metodología de Cochrane y las directrices PRISMA, que incluyeron una búsqueda exhaustiva en bases de datos científicas. Los resultados del estudio indicaron que existe una fuerte correlación entre el consumo de alimentos hiperpalatables, ricos en grasas y azúcares, y las emociones negativas. Los individuos que experimentan emociones negativas, como estrés, ansiedad o tristeza, tienden a consumir más de estos alimentos, lo que a menudo resulta en un aumento de peso y un deterioro del estado nutricional. La conclusión principal del estudio es que la alimentación emocional es un factor significativo que contribuye al consumo de alimentos poco saludables y, por ende, al aumento de peso y a problemas relacionados con la obesidad. Este hallazgo subraya la importancia de abordar las emociones en los tratamientos nutricionales para mejorar la salud y la calidad de vida de los pacientes.

En el caso de alimentos específicos que están directamente relacionados con las emociones, tenemos el consumo de chocolate y alcohol está fuertemente influenciado por factores emocionales que afectan los comportamientos alimentarios. En el caso del chocolate, sus compuestos como la feniletilamina y la serotonina están asociados con la mejora del estado de ánimo y la reducción del estrés, lo que lleva a un consumo impulsado por la necesidad de bienestar emocional y la búsqueda de confort. En cuanto al alcohol, su consumo está vinculado a diversos motivos emocionales, como la búsqueda de la aceptación social, la reducción de la ansiedad y el manejo del estrés. Estos comportamientos son impulsados por el deseo de mejorar el estado emocional o evitar sentimientos negativos, lo que refuerza el consumo de estas sustancias en contextos sociales o de soledad (29), (30), (31).

**DISCUSIÓN:** Las neuro-emociones, es decir, las emociones que surgen de la actividad neurológica y que están intrínsecamente relacionadas con el comportamiento alimentario, juegan un papel crucial en la forma en que los individuos eligen y consumen alimentos. La interconexión entre las emociones y los hábitos alimenticios ha sido ampliamente estudiada, revelando que tanto las emociones positivas como las negativas pueden influir significativamente en la selección, calidad, y cantidad de alimentos consumidos.

(15) encontraron que las emociones positivas, como la felicidad y el disfrute, están estrechamente ligadas al consumo de alimentos placenteros, como el chocolate en mujeres y la comida rápida en hombres. Este patrón de comportamiento alimenticio sugiere que las emociones agradables pueden fomentar la búsqueda de alimentos que generen sensaciones de placer, alineándose con la tendencia observada en el estudio "Las emociones y su impacto en la

alimentación" (16), donde se destaca que las emociones también juegan un papel en los antojos y la elección de alimentos.

De manera similar, (17) y (18) evidencian que las emociones negativas, como el estrés y la tristeza, aumentan el consumo de alimentos ricos en azúcares y grasas, conocidos como alimentos reconfortantes. Estos estudios subrayan la función de las neuro-emociones en la alimentación emocional, un fenómeno donde el malestar emocional se traduce en un aumento de la ingesta de alimentos poco saludables. Este comportamiento se observa con mayor intensidad en personas que experimentan estrés psicosocial, lo cual puede llevar a un aumento de peso y a problemas de salud relacionados con la obesidad, como lo demuestra el estudio longitudinal del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid (19).

El impacto de las neuro-emociones no solo afecta el tipo de alimentos que se eligen, sino también la cantidad consumida. Las emociones positivas como las negativas pueden llevar a un aumento en la ingesta alimentaria, en lo que se conoce como alimentación emocional (26) y (27). Específicamente, el estudio de (26) muestra cómo el estrés, la depresión, y otras condiciones emocionales pueden estar fuertemente asociadas con un mayor consumo de alimentos no saludables, mientras que (27) revelan que las emociones negativas llevan a un mayor consumo de carnes y proteínas, y las positivas a un mayor consumo de dulces.

Desde una perspectiva neurobiológica, (28) exploraron cómo las áreas prefrontales, la corteza insular y las vías de recompensa del cerebro están involucradas en la regulación de la alimentación emocional. Las anomalías en estas áreas, como se observó en su estudio, sugieren que las personas con alimentación emocional pueden tener déficits en el control cognitivo de las emociones, lo que las hace más susceptibles a consumir alimentos palatables en respuesta a emociones intensas. Este hallazgo es consistente con la investigación de (21), quien encontró que comer ciertos tipos de alimentos, como los dulces y grasos, puede mejorar temporalmente el estado de ánimo al modular la neurotransmisión cerebral, aunque esto puede conducir a un ciclo de retroalimentación negativa donde el consumo de alimentos poco saludables perpetúa un estado emocional negativo.

(20) destacan que las emociones positivas están asociadas con una mayor probabilidad de consumir alimentos saludables, como frutas y verduras, mientras que las emociones negativas y apáticas están más relacionadas con la ingesta de snacks salados y alimentos dulces. Este hallazgo es esencial para el desarrollo de estrategias de intervención que fomenten emociones positivas para promover hábitos alimentarios más saludables.

(22) refuerzan la idea de que las emociones no solo afectan las elecciones alimentarias, sino que la reputación de los alimentos y las emociones que estos provocan pueden predeterminar la disposición a consumir ciertos alimentos (23), (22) explican que emociones como la alegría y la ira pueden influir de manera significativa en la ingesta de alimentos, mientras que el estudio de reputación alimentaria subraya que las emociones relacionadas con un alimento, en combinación con factores cognitivos, tienen un papel crucial en la disposición a comer.

(25) concluyeron que la alimentación emocional es un factor importante que contribuye al consumo de alimentos hiperpalatables y poco saludables, lo cual está asociado con un aumento de peso y un deterioro en el estado nutricional. Este hallazgo enfatiza la importancia de abordar las neuro-emociones en los tratamientos nutricionales para mejorar la salud y el bienestar de las personas.

La evidencia apunta a que tanto las emociones positivas como negativas influyen significativamente en la elección y cantidad de alimentos consumidos, y que la comprensión de estos mecanismos puede ser clave para diseñar intervenciones más efectivas para el manejo del peso y la promoción de hábitos alimentarios saludables (15), )25).

La relación entre emociones y consumo de alimentos, como el chocolate y el alcohol, es un campo de estudio que revela cómo las neuro-emociones moldean comportamientos alimentarios. Estos están influenciados por las emociones, actuando ambos como reguladores emocionales en respuesta al estrés, la ansiedad o la búsqueda de confort. El chocolate, con compuestos como la feniletilamina y la serotonina, se asocia con la mejora del estado de ánimo, mientras que el alcohol es consumido para manejar situaciones emocionales difíciles y obtener aceptación social. Estos patrones de consumo, motivados por la necesidad de alivio emocional, reflejan cómo las emociones pueden impulsar el comportamiento alimentario, convirtiéndose en estrategias de regulación emocional que pueden perpetuar un ciclo de dependencia (29), (30), (31).

## CONCLUSIONES

Las neuro-emociones tienen un impacto significativo y bidireccional en los hábitos alimentarios, afectando tanto la elección como la cantidad de alimentos consumidos. Las emociones positivas, como la felicidad y el disfrute, suelen estar asociadas con la ingesta de alimentos placenteros, mientras que las emociones negativas, como el estrés y la tristeza, tienden a aumentar el consumo de alimentos ricos en grasas y azúcares, comúnmente conocidos como alimentos reconfortantes.

Investigaciones en neurociencia han demostrado que las emociones activan circuitos cerebrales que regulan el apetito y la recompensa, lo que explica por qué ciertos alimentos pueden proporcionar un alivio temporal a estados emocionales negativos. Al comprender los mecanismos neuronales subyacentes a la alimentación emocional, podemos diseñar intervenciones más efectivas para modificar estos patrones de comportamiento. Técnicas como el mindfulness, la terapia cognitivo-conductual y la nutrición consciente ofrecen herramientas valiosas para fortalecer el autocontrol y fomentar elecciones alimentarias más saludables.

La intersección entre la neurociencia, la psicología y la nutrición ha abierto nuevas vías para comprender cómo las emociones moldean nuestros hábitos alimentarios. Al integrar conocimientos de estos campos, podemos desarrollar intervenciones multidisciplinarias que aborden tanto los aspectos biológicos como psicosociales de la alimentación. Futuras investigaciones deberían explorar cómo factores como la genética, el microbiota intestinal y el entorno social interactúan con las emociones para influir en la elección alimentaria



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Barragán A. Psicología de las emociones positivas: Generalidades y beneficios. Enseñanza e Investigación en Psicología. Perú: Universidad Nacional de Chiclayo.
2. García A. Construcción de una escala de alimentación emocional. Rev Iberoam Diagn Eval. p. 46.
3. Cordero-Bueso GA. Análisis sensorial de los alimentos. Madrid: AMV Ediciones; 2017.
4. Peña Fernández E, Rodríguez M. Las emociones y la conducta alimentaria. Acta Investig Psicol. 2015;5(3).
5. Barcia Briones MF, Pico Macías LA, Reyna Murillo JL, Vélez Muñoz DZ. Las emociones y su impacto en la alimentación. Rev Caribeña Cienc Soc. 2019. Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/emociones-alimentacion.html>
6. Pérez AMP. Rol de la emoción en la conducta alimentaria. Rev Chil Nutr. 2020;47(2).
7. Sánchez Benito JL, Perdomo TY. Influencia de las emociones en la ingesta y control de peso. Nutr Hosp. 2012;27(6).
8. Mantel M, de Lurdes Costa R, Mattos B. On the contribution of the senses to food emotional experience. Food Qual Prefer. 2021;92:104120. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104120>
9. Gibson EL. Emotional influences on food choice: Sensory, physiological and psychological pathways. Physiol Behav. 2006;89(1):53-61. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2006.01.024>
10. Canetti L, Bachar E, Berry EM. Food and emotion. Behav Process. 2002;60(2):157-64. Disponible en: [https://doi.org/10.1016/s0376-6357\(02\)00082-7](https://doi.org/10.1016/s0376-6357(02)00082-7)
11. Ganucci Cancellieri U, Piqueras Fiszman B, Canducci L, Benedetto F. Reputation and emotion: How the mind drives our food preferences and choices. Food Qual Prefer. 2022;101:104637. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104637>
12. Canetti L, Bachar E, Berry EM. Food and emotion. Behav Process. 2002;60(2):157-64. Disponible en: [https://doi.org/10.1016/s0376-6357\(02\)00082-7](https://doi.org/10.1016/s0376-6357(02)00082-7)
13. Coutinho E, López S, Kasterka J, Ramírez G, Martínez R. Relationship between emotional eating, consumption of hyperpalatable energy-dense foods, and indicators of nutritional status: A systematic review. J Obes. 2022;2022:1-11. Disponible en: <https://doi.org/10.1155/2022/4243868>
14. Ljubičić M, Simunovic M, Križan I, Radosavljević I, Ibrić D, Drakulić B, et al. Emotions and food consumption: Emotional eating behavior in a European population. Foods. 2023;12(4).
15. Ashurst J, van Dongen G, de Vos P, et al. The association among emotions and food choices in first-year college students using mobile-ecological momentary assessments. BMC Public Health. 2018;18:573. Disponible en: <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5447-0>

16. Godet A, Faget A, Bachar E, et al. Interactions between emotions and eating behaviors: Main issues, neuroimaging contributions, and innovative preventive or corrective strategies. *Rev Endocr Metab Disord.* 2022;23:807-31.
17. Cornejo. Estrés académico y su relación con la alimentación de los estudiantes de una universidad privada de Chiclayo. Perú.
18. Fernández L. Influencia de las emociones en la conducta alimentaria. Buenos Aires.
19. Borrego C. Factores de riesgo e indicadores clínicos asociados. Bogotá.
20. Menendez I. Alimentación emocional. Ciudad de México.
21. Organización Mundial de la Salud. La planificación urbana es esencial para la salud pública. OMS.
22. Aguilar A. Alimentación, cultura y economía social: Los efectos de la crisis socioeconómica en la alimentación en Cataluña (España). España: Sociedad y Cultura.
23. Sánchez Benito J. Influencia de las emociones en la ingesta y control de peso. *Nutr Hosp.*
24. Cmilleri GM, de Lauzon-Guillain B, Monnery-Patris S, et al. The associations between emotional eating and consumption of energy-dense snack foods are modified by sex and depressive symptomatology. *J Nutr.*
25. López R. Neuroemociones: El enfado de Arantxa. [Online]. 2021. Disponible en: <https://www.casadellibro.com/libro-neuroemociones-el-enfado-de-arantxa/9788426736598/15820001>
26. Guerrero J. Las neuroemociones. [Online]. 2021. Disponible en: <https://www.casadellibro.com/libro-neuroemociones-el-enfado-de-arantxa/9788426736598/15820001>
27. Martínez J. El marketing y las neuroemociones. [Online]. 2018. Disponible en: <https://sheedostudio.com/mejores-libros-marketing-sostenible/>
28. Reide H. Marketing de las emociones del consumidor. [Online]. 2015. Disponible en: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202018000200100](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200100)
29. Delgado JRP. Exploración de los motivos para consumir alcohol en adolescentes. *Psicol Iberoam.* 2012;20(1).
30. Medrano J. Márgenes de la psiquiatría y humanidades. *Rev Asoc Esp Neuropsiq.* 2010;30(3).
31. Shin JH, Kim CS, Lee KS, et al. Consumption of 85% cocoa dark chocolate improves mood in association with gut microbial changes in healthy adults: A randomized controlled trial. *J Nutr Biochem.* 2022;99:108854. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jnutbio.2021.108854>