

**Una teoría multidimensional de las emociones: marco predictivo
para la toma de decisiones en mercados y sistemas sociales**
*A multidimensional theory of emotions: a predictive framework for
decision-making in markets and social systems*

- Recibido: 2025/03/26 - Aprobado: 2025/05/09 - Publicado: 2025/06/03

Leonardo Correa Flores
Alajuela, Costa Rica
leonardo.correa@ticosoftcr.com
<https://orcid.org/0009-0002-9184-2619>

Lucia Vega Castro
Instituto Superior Tecnológico LEMAS, Guayaquil, Ecuador
coo.neuro@teclemas.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-1349-2799>

Byron Quiñonez Lecaro
Instituto Superior Tecnológico LEMAS, Guayaquil, Ecuador
thumano@teclemas.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0001-2655-8227>

Resumen

Los modelos contemporáneos de la emoción en las ciencias del comportamiento suelen apoyarse en clasificaciones categoriales o dimensionales que aíslan las emociones como fenómenos discretos o escalares. Si bien estos enfoques han generado aportes relevantes, presentan limitaciones sustantivas para predecir la toma de decisiones en contextos complejos y reales. Este artículo presenta un marco conceptual novedoso que reconceptualiza las emociones como sistemas dinámicos y multinivel que operan de manera simultánea a través de distintos niveles funcionales de la cognición humana.

A través de un diseño cualitativo basado en la Teoría Fundamentada sistemática, se analiza cómo la experiencia emocional emerge de la interacción entre sistemas instintivos, socioemocionales y

analíticos, cada uno regido por lógicas y tendencias de acción diferentes. El marco integra aportes desde la economía conductual y las neurociencias, superando las limitaciones de modelos reduccionistas anteriores. Se muestra cómo esta arquitectura multidimensional ofrece una mejor capacidad para explicar y predecir el comportamiento del consumidor, las decisiones políticas y las dinámicas organizacionales. Al desplazar el foco desde las etiquetas emocionales hacia la matriz relacional estructurada, esta teoría ofrece un paradigma robusto para el análisis anticipatorio y la intervención estratégica en sistemas adaptativos complejos.

Palabras clave

toma de decisiones, emociones, sistemas sociales, investigación de mercados, modelos contemporáneos

Abstract

Contemporary models of emotion in behavioral sciences and market research commonly rely on categorical or dimensional classifications that isolate emotions as discrete or scalar phenomena. Although these approaches have generated important contributions, they present substantive limitations when attempting to predict decision-making in complex and real-world contexts. This article introduces a novel conceptual framework that reconceptualizes emotions as dynamic, multilevel systems operating simultaneously across distinct functional layers of human cognition and behavior. Utilizing a qualitative research design based on systematic Grounded Theory, we analyze how emotional experience emerges from the interaction among instinctive, socioemotional, and analytical systems, each governed by different logics, temporalities, and action tendencies. The framework integrates contributions from neuroscience, psychology, and behavioral economics, addressing key shortcomings of reductionist models. The article demonstrates how this multidimensional architecture enhances both explanatory and predictive capacity in the analysis of consumer behavior, political decision-making, and organizational dynamics. By shifting the analytical focus from emotional labels to emotional architecture, this theory provides a robust paradigm for anticipatory analysis and strategic intervention within complex adaptive systems.

Keywords

decision making, emotions, social systems, market research, contemporary models

Introducción

Comprender cómo las emociones influyen en la toma de decisiones humanas continúa siendo un desafío central en disciplinas que van desde la neurociencia y la psicología hasta la economía, el marketing y la ciencia política (Damasio, 1994; Lerner et al., 2015). A pesar de décadas de investigación, los modelos dominantes siguen enfrentando un problema fundamental: las emociones rara vez operan de manera aislada, y sin embargo la mayoría de los marcos analíticos las tratan como estados singulares y dominantes (Barrett, 2017; Pessoa, 2008). En ámbitos aplicados como la investigación de mercados y el análisis del consumidor, esta limitación se traduce en diagnósticos reactivos que explican conductas pasadas, pero no logran anticipar decisiones futuras (Lerner et al., 2015; Prelec & Loewenstein, 1998). Históricamente, la economía clásica intentó omitir estas variables bajo el supuesto de un actor puramente racional, un concepto criticado por Simon (1955) al introducir la racionalidad limitada. Posteriormente, la economía conductual evidenció la presencia de sesgos cognitivos sistemáticos en entornos de incertidumbre (Kahneman, 2011; Thaler, 2015), demostrando que las elecciones humanas se alejan de la optimización matemática debido a fuerzas subyacentes irracionales o impulsivas (Ariely, 2008).

Los modelos emocionales tradicionales pueden agruparse, de manera general, en dos grandes enfoques. El primero incluye aproximaciones categoriales que clasifican las emociones en conjuntos fijos (por ejemplo, miedo, ira, alegría), mientras que el segundo se apoya en modelos dimensionales que sitúan las emociones a lo largo de continuos como valencia y activación (Russell & Barrett, 1999). Aunque ambos enfoques cuentan con respaldo empírico (Panksepp, 1998; Barrett, 2017), tienden a aplanar la complejidad emocional y a pasar por alto la activación simultánea de múltiples sistemas emocionales. Como consecuencia, ofrecen escasa orientación para predecir el comportamiento en condiciones de incertidumbre, ambivalencia o conflicto cognitivo (Loewenstein, 2000), condiciones que definen cada vez más los entornos sociales y económicos contemporáneos.

Esta investigación aborda esta brecha proponiendo una redefinición estructural del funcionamiento emocional mediante la construcción de una teoría emergente (Strauss & Corbin, 1990). Las emociones se conceptualizan no como estados singulares, sino como configuraciones emergentes producto de la interacción de múltiples capas funcionales dentro del sistema humano (Barrett, 2017; Damasio, 1994). Esta perspectiva se alinea con avances en la teoría de sistemas y en la investigación neurocognitiva (Pessoa, 2008; Panksepp, 1998), y los extiende hacia un marco coherente diseñado explícitamente para aplicaciones predictivas y estratégicas en sistemas sociales (Camerer et al., 2005; Elster, 1999).

1.1. Fundamentos conceptuales

La teoría propuesta se apoya, pero a la vez trasciende críticamente, el modelo clásico del cerebro triuno. Si bien dicho modelo introdujo una heurística útil al distinguir entre funciones reptilianas, límbicas y neocorticales, ha sido ampliamente cuestionado por su simplificación anatómica (Pessoa, 2008). Los hallazgos contemporáneos de la neurociencia afectiva demuestran que las emociones no están localizadas en estructuras aisladas, sino distribuidas en redes neuronales altamente integradas (Panksepp, 1998; Pessoa, 2008). Por ende, este marco no plantea una segregación neuroanatómica estricta; en su lugar, adopta una interpretación funcional que enfatiza modos de procesamiento más que regiones cerebrales fijas.

Bajo una perspectiva constructivista y sistémica, la experiencia emocional no es una reacción automática pasiva, sino una predicción activa que el cerebro realiza combinando estímulos exógenos con conceptos aprendidos (Barrett, 2017; Damasio, 1994). Dentro de este marco, el funcionamiento emocional se organiza en tres sistemas principales que operan concurrentemente:

- Sistema instintivo: Responsable de respuestas orientadas a la supervivencia, detección rápida de amenazas y tendencias automáticas de acción. Como señala LeDoux (1996), este procesamiento sigue vías subcorticales rápidas que priorizan la inmediatez por sobre la precisión adaptativa (véase también Panksepp, 1998).
- Sistema socioemocional: Regula el significado relacional, la construcción identitaria y la modulación afectiva en contextos sociales. Las emociones en este nivel están fuertemente moldeadas por el aprendizaje, las normas y la retroalimentación interpersonal,

interactuando con evaluaciones cognitivas complejas sobre el entorno (Damasio, 1994; Lerner et al., 2015).

- Sistema analítico: Posibilita la evaluación reflexiva, el razonamiento simbólico y la toma de decisiones orientada al futuro. Las señales emocionales en este sistema se integran con modelos abstractos, narrativas y deliberación consciente (Camerer et al., 2005; Fehr & Rangel, 2011).

De manera crucial, estos sistemas operan de forma concurrente y no secuencial (Barrett, 2017). En cada momento, el comportamiento refleja la activación relativa, la dominancia o el conflicto entre estas capas, dando paso a una configuración emergente que guía la acción (Elster, 1999; Loewenstein, 2000).

1.2. La arquitectura multidimensional de la emoción y sus aplicaciones

La innovación de esta teoría reside en su perspectiva arquitectónica. Las emociones se definen como estados multidimensionales caracterizados por una activación en capas, dinámicas temporales diferenciadas y lógicas de acción distintas (Barrett, 2017; Panksepp, 1998). Los modelos tradicionales tienden a colapsar estas dimensiones en un único constructo, oscureciendo los mecanismos que finalmente impulsan la elección. En contraste, el enfoque multidimensional permite identificar qué sistema es dominante, cuáles son secundarios y cómo su interacción moldea el comportamiento observable en mercados y dinámicas complejas (Camerer et al., 2005; Loewenstein, 2000).

En la investigación de mercados, las limitaciones de las métricas emocionales unilineales resultan evidentes, pues indicadores como la satisfacción o la confianza suelen fallar al anticipar cambios abruptos o conductas de rechazo del consumidor (Ariely, 2008). El marco multidimensional explica estos fallos al revelar desalineaciones entre sistemas de procesamiento. Por ejemplo, una marca puede obtener altos puntajes en confianza analítica mientras activa simultáneamente respuestas instintivas de amenaza por volatilidad de precios, o disonancia socioemocional por desajuste identitario (Damasio, 1994). Estas configuraciones generan inestabilidad latente que permanece invisible para las mediciones unidimensionales habituales. Al mapear arquitecturas emocionales, las organizaciones pueden identificar señales tempranas de

alerta y diseñar intervenciones estratégicas basadas en el balance de incentivos económicos y fuerzas afectivas (Lerner et al., 2015; Prelec & Loewenstein, 1998).

Este poder explicativo se extiende a los sistemas políticos y sociales, donde las decisiones de voto suelen reflejar conflictos profundos entre el miedo instintivo, la identidad social y la evaluación analítica de propuestas (LeDoux, 1996; Elster, 1999). Las campañas que abordan únicamente una capa corren el riesgo de activar respuestas contrapuestas en otras, provocando comportamientos colectivos volátiles que desestabilizan las proyecciones macroeconómicas e institucionales (Shiller, 2015; Kahneman, 2011).

Materiales y Métodos

Para la edificación y validación de este marco conceptual se empleó la Teoría Fundamentada (TF) en su vertiente sistemática desarrollada por Anselm Strauss y Juliet Corbin (1990). Este enfoque metodológico de base cualitativa es idóneo debido a su énfasis en el desarrollo de conceptos densamente interrelacionados mediante un proceso riguroso de codificación, permitiendo transitar de la descripción de datos empíricos a la formulación de un modelo con capacidad explicativa y predictiva (Corbin & Strauss, 2008).

2.1. Diseño de la investigación y muestreo teórico

La investigación adoptó un diseño cualitativo inductivo. La recolección de los datos se realizó utilizando un muestreo teórico, donde la selección de los participantes y las fuentes de información no respondió a criterios estadísticos representativos fijos, sino a las necesidades analíticas emergentes de las categorías en desarrollo.

La muestra final constó de 42 informantes clave divididos en tres grupos estratégicos: (a) 15 operadores de mercados financieros (traders y gestores de fondos de inversión), (b) 14 especialistas en comportamiento del consumidor y neuromarketing, y (c) 13 tomadores de decisiones estratégicas en organizaciones públicas y políticas de Costa Rica. La recolección de datos primarios se realizó mediante entrevistas en profundidad semiestructuradas, protocolos de pensamiento en voz alta durante simulaciones de toma de decisiones financieras, y diarios de autorregistro conductual. Los datos se recolectaron y analizaron de forma simultánea hasta

alcanzar la saturación teórica, punto en el cual la incorporación de nuevos datos ya no modificaba ni aportaba propiedades o dimensiones adicionales a las categorías construidas (Strauss & Corbin, 1990).

2.2. Procedimiento de Análisis de Datos (Codificación)

El análisis se ejecutó siguiendo las tres fases sistemáticas prescritas por Strauss y Corbin, utilizando el software ATLAS.ti (versión 23) como soporte logístico para garantizar la auditabilidad del proceso:

- **Codificación Abierta:** Los datos textuales de las transcripciones fueron desmenuzados línea por línea. Se identificaron incidentes particulares referidos a las vivencias emocionales y las elecciones de los actores. Estos incidentes fueron etiquetados en conceptos primarios (v.g., pánico financiero, reputación social, justificación algorítmica). Posteriormente, los conceptos con características similares se agruparon en categorías más abstractas, determinando sus propiedades (atributos) y dimensiones (ubicación de las propiedades a lo largo de un continuo).
- **Codificación Axial:** En esta fase, las categorías se relacionaron de manera sistemática con sus subcategorías utilizando el Modelo del Paradigma de Codificación. Este modelo analítico obligó a estructurar la información identificando:
 - **Condiciones Causales:** Eventos que provocaron la aparición del fenómeno (e.g., caídas abruptas de precios, sobrecarga informativa).
 - **Contexto:** El conjunto de condiciones específicas dentro de las cuales se enmarca el fenómeno (e.g., mercados bursátiles altamente volátiles).
 - **Condiciones Intervinientes:** Factores que mitigan o alteran el impacto de las condiciones causales (e.g., experiencia técnica previa del operador, regulaciones institucionales).
 - **Estrategias de Acción e Interacción:** Respuestas conductuales y cognitivas diseñadas para manejar el fenómeno bajo ciertas condiciones (e.g., seguimiento ciego de tendencias de masas, parálisis por análisis).

- Consecuencias: Los resultados de la implementación de dichas estrategias (e.g., burbujas de mercado, decisiones políticas polarizadas).
- Codificación Selectiva: Esta fase consistió en el proceso de integrar y refinar la teoría para descubrir la Categoría Central o fenómeno principal que articula toda la red de relaciones. Mediante la redacción de memorándums analíticos y el trazado de diagramas conceptuales, se determinó que la categoría central es la Arquitectura Emocional Multidimensional (AEM), ya que posee el poder explicativo suficiente para ordenar el comportamiento de todas las subcategorías observadas.

2.3. La Matriz condicional/consecuencial

Finalmente, para dotar al marco de su carácter predictivo, se aplicó la Matriz Condicional/Consecuencial. Esta herramienta macro-micro permitió mapear cómo las condiciones estructurales e históricas de los mercados globales (nivel macro) se filtran a través de los entornos organizacionales y grupales (nivel meso), hasta impactar el procesamiento afectivo individual (nivel micro) y traducirse en acciones predecibles dentro del sistema adaptativo social.

Resultados

La Teoría de las Emociones Multidimensionales desafía supuestos dominantes en la investigación económica y conductual tradicional al rechazar el reduccionismo sin abandonar el rigor científico (Fehr & Rangel, 2011; Camerer et al., 2005). Su aporte fundamental no consiste en la invención de nuevas taxonomías o etiquetas afectivas, sino en redefinir la unidad de análisis de los sistemas sociales centrándose en las dinámicas relacionales de sus componentes (Elster, 1999; Loewenstein, 2000). Al contrastar la teoría emergente con la literatura contemporánea, se observa que complementa significativamente los modelos de toma de decisiones basados en la neuroeconomía y el procesamiento dual (Fehr & Rangel, 2011; Kahneman, 2011).

Mientras que los enfoques clásicos de la economía del comportamiento sugieren un antagonismo rígido entre la emoción y la razón (Kahneman, 2011), los hallazgos de este estudio demuestran una interacción homeostática. Los tres sistemas identificados (instintivo, socioemocional y analítico) coexisten en un acoplamiento estructural constante (Panksepp, 1998;

Damasio, 1994). La predictibilidad del comportamiento humano, por lo tanto, no surge de aislar variables, sino de comprender las pautas de dominancia relacional expuestas en el paradigma de codificación metodológico. Como argumenta Elster (1999), las emociones imponen restricciones y directrices que la racionalidad formal simplemente se encarga de operativizar.

Adicionalmente, este marco se distancia de las visiones que asumen que la toma de decisiones óptima requiere la supresión absoluta del afecto. Como postula Gigerenzer (2007), en entornos de alta complejidad e información incompleta, los mecanismos heurísticos rápidos —muchos de ellos enraizados en el sistema instintivo y emocional— poseen una racionalidad ecológica superior a los cálculos de optimización matemática abstracta (véase también Simon, 1955). Por lo tanto, el marco predictivo formulado bajo el prisma de la TF (Corbin & Strauss, 2008) ayuda a descifrar en qué condiciones contextuales e intervinientes las configuraciones emocionales devendrán en decisiones estables o en anomalías sistémicas de mercado (Shiller, 2015).

Conclusiones

Este artículo ha presentado la Teoría de las Emociones Multidimensionales como un nuevo paradigma para comprender y predecir la toma de decisiones humanas (Elster, 1999; Gigerenzer, 2007). Al conceptualizar las emociones como sistemas multinivel en lugar de estados aislados (Panksepp, 1998; Barrett, 2017), el marco supera las limitaciones metodológicas de los instrumentos de autorreporte tradicionales (Kahneman, 2011) y proporciona herramientas de diagnóstico accionables en múltiples dominios organizacionales (Lerner et al., 2015; Camerer et al., 2005).

En una era definida por la complejidad y la incertidumbre, anticipar el comportamiento requiere herramientas analíticas que reflejen la verdadera arquitectura del funcionamiento emocional (Damasio, 1994; Loewenstein, 2000). La teoría formulada a través del rigor procedimental de la Teoría Fundamentada (Strauss & Corbin, 1990; Corbin & Strauss, 2008) ofrece dicha herramienta, abriendo nuevas vías de investigación y aplicación empírica en mercados, política y sistemas sociales adaptativos (Shiller, 2015; Fehr & Rangel, 2011).

Futuras investigaciones deberían explorar la operacionalización cuantitativa de la Arquitectura Emocional Multidimensional mediante instrumentos psicofisiológicos y de neuroimagen, así como la validación cruzada del modelo en contextos culturales y económicos distintos al costarricense. La integración de la AEM con modelos computacionales de simulación de sistemas complejos representa asimismo una promisoría vía de extensión (Camerer et al., 2005; Ariely, 2008).

Referencias

- Ariely, D. (2008). *Predictably irrational: The hidden forces that shape our decisions*. HarperCollins.
- Barrett, L. F. (2017). *How emotions are made: The secret life of the brain*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Camerer, C., Loewenstein, G., & Prelec, D. (2005). Neuroeconomics: How neuroscience can inform economics. *Journal of Economic Literature*, 43(1), 9–64. <https://doi.org/10.1257/0022051053737843>
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Damasio, A. R. (1994). *Descartes' error: Emotion, reason, and the human brain*. G. P. Putnam's Sons.
- Elster, J. (1999). *Alchemies of the mind: Rationality and the emotions*. Cambridge University Press.
- Fehr, E., & Rangel, A. (2011). Neuroeconomic foundations of economic choice—recent advances. *Journal of Economic Perspectives*, 25(4), 3–30. <https://doi.org/10.1257/jep.25.4.3>
- Gigerenzer, G. (2007). *Gut feelings: The intelligence of the unconscious*. Viking Books.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.

- LeDoux, J. E. (1996). *The emotional brain: The mysterious underpinnings of emotional life*. Simon & Schuster.
- Lerner, J. S., Li, Y., Valdesolo, P., & Kassam, K. S. (2015). Emotion and decision making. *Annual Review of Psychology*, 66(1), 799–823. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115043>
- Loewenstein, G. (2000). Emotions in economic theory and economic behavior. *American Economic Review*, 90(2), 426–432. <https://doi.org/10.1257/aer.90.2.426>
- Panksepp, J. (1998). *Affective neuroscience: The foundations of human and animal emotions*. Oxford University Press.
- Pessoa, L. (2008). On the relationship between emotion and cognition. *Nature Reviews Neuroscience*, 9(2), 148–158. <https://doi.org/10.1038/nrn2317>
- Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The red and the black: Mental accounting of savings and debt. *Marketing Science*, 17(1), 4–28. <https://doi.org/10.1287/mksc.17.1.4>
- Russell, J. A., & Barrett, L. F. (1999). Core affect, prototypical emotional episodes, and other things called emotion: Dissecting the elephant. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(5), 805–819. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.5.805>
- Shiller, R. J. (2015). *Irrational exuberance* (3rd ed.). Princeton University Press.
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99–118. <https://doi.org/10.2307/1884852>
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. SAGE Publications.
- Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. W. W. Norton & Company.

Copyright (2025) © Leonardo Correa Flores, Lucia Vega Castro, Byron Quiñonez Lecaro

Este texto está protegido bajo una licencia internacional Creative Commons 4.0.



Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución.

Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)