

Introducción

En un mundo cada vez más interconectado, los conceptos de Small Worlds (mundos pequeños) y Social Embeddedness (incrustación social) ofrecen claves fundamentales para entender cómo las personas toman decisiones en entornos digitales. El fenómeno del "mundo pequeño" revela que, a pesar de la aparente complejidad de las redes sociales, estamos vinculados por caminos sorprendentemente cortos, lo que facilita la rápida difusión de información y preferencias. Por su parte, la incrustación social destaca cómo nuestras decisiones incluso en contextos en línea están profundamente influenciadas por relaciones, normas y estructuras comunitarias, desafiando la idea de un comportamiento puramente racional.

Estos principios se reflejan en estudios como A Study of User's Online Decision Making Behavior, donde se observa que, ante la sobrecarga de opciones en plataformas digitales, los usuarios recurren a atajos cognitivos (como priorizar solo 3 atributos clave) y adaptan sus preferencias dinámicamente durante la interacción con sistemas de recomendación. Este trabajo explora precisamente esa brecha entre la teoría decisonal clásica basada en estrategias como WADD o heurísticas y el comportamiento real de usuarios en entornos digitales, demostrando que la eficacia de estos sistemas depende de su capacidad para integrar la complejidad social y la racionalidad limitada humana.

A través de un experimento con una plataforma de búsqueda de apartamentos, se evidencia cómo los usuarios equilibran esfuerzo y precisión, revelando patrones que podrían revolucionar el diseño de herramientas digitales centradas en el usuario.