

**Universidad Siglo 21**



Trabajo Final de Grado. Trabajo de Investigación  
en Tecnologías Informáticas.

**Carrera:** Ingeniería en Software

Duolingo y la Gamificación:

Un análisis centrado en la experiencia del usuario adulto

**Autora:** Díaz Iara Valentina

**Legajo:** SOF01596

**Tutor:** Cassi Jorge Humberto

Córdoba, junio de 2025

## Índice

Resumen .....	2
Palabras Clave .....	2
Abstract .....	3
Keywords .....	3
Introducción .....	4
Métodos .....	11
Diseño de la Investigación .....	11
Participantes .....	12
Instrumentos .....	13
Análisis de Datos .....	15
Resultados .....	16
Discusión .....	29
Referencias .....	39
Anexo .....	44

## Resumen

Este estudio tuvo como objetivo analizar cómo los usuarios adultos hispanohablantes percibieron la experiencia de uso de la aplicación Duolingo y de qué manera los elementos de gamificación influyeron en su motivación, retención y satisfacción durante el aprendizaje de idiomas. La investigación adoptó un enfoque mixto, con diseño descriptivo y recolección de datos mediante un cuestionario estructurado administrado en línea. El instrumento incluyó preguntas cerradas tipo Likert y abiertas, y fue respondido por una muestra no probabilística de adultos hispanohablantes usuarios de la aplicación. Los resultados mostraron que los elementos de gamificación más identificados fueron la racha diaria, los puntos, las ligas y los niveles. Estos elementos influyeron de manera significativa en la motivación de los participantes, especialmente en su constancia y compromiso. También se observó una relación positiva entre la gamificación y la retención, aunque algunos usuarios manifestaron interrupciones en su uso. En cuanto a la satisfacción, la mayoría expresó una experiencia positiva, valorando la facilidad de uso y el carácter lúdico de la plataforma. Se concluyó que los elementos de gamificación, cuando se integraron de forma coherente con los objetivos educativos, favorecieron la continuidad del aprendizaje y mejoraron la experiencia general del usuario. Se recomendó avanzar hacia diseños más personalizables, adaptados a diversos perfiles y necesidades de los usuarios adultos.

**Palabras clave:** gamificación, aprendizaje de idiomas, experiencia de usuario, motivación, aplicaciones móviles

### **Abstract**

This study aimed to analyze how adult Spanish-speaking users perceived their experience using the Duolingo app and how gamification elements influenced their motivation, retention, and satisfaction during language learning. The research adopted a mixed approach with a descriptive design and data collection through a structured online questionnaire. This instrument included Likert-type closed questions and open-ended ones and was answered by a non-probabilistic sample of adult Spanish-speaking users of the application. The results showed that the most identified gamification elements were the daily streak, points, leagues, and levels. These elements significantly influenced participants' motivation, particularly their consistency and engagement. A positive relationship was also observed between gamification and retention, although some users reported periods of discontinued use. Regarding satisfaction, most expressed a positive experience, highlighting the ease of use and the playful nature of the platform. It was concluded that gamification elements, when coherently integrated with educational objectives, supported continued learning and enhanced the overall user experience. It was recommended to move toward more customizable designs adapted to the diverse profiles and needs of adult users.

**Keywords:** gamification, language learning, user experience, motivation, mobile applications

## Introducción

A medida que las tecnologías digitales avanzan, su influencia en la educación se intensifica. Según Zambrano Mera & Chancay García (2024), “los participantes reconocen las tecnologías digitales como elementos clave que enriquecen la experiencia educativa, subrayando su potencial para transformar las prácticas de enseñanza y aprendizaje” (p. 65).

Además, estas herramientas promueven la motivación del estudiante. En este sentido Laurens–Arredondo (2019) afirma que, “el uso de dispositivos electrónicos en el proceso enseñanza – aprendizaje estimula la motivación en los estudiantes” (p. 174).

En los últimos años, las aplicaciones móviles se han consolidado como herramientas clave en el acceso al conocimiento. En este sentido, Romero et al. (2024) sostienen que “los dispositivos móviles facilitan el acceso a la educación, fomentan la colaboración en el aprendizaje en línea y crean comunidades de aprendizaje centradas en los estudiantes” (p. 3).

Además su flexibilidad permite nuevas formas de aprendizaje. Como lo señala González (2024) “el aprendizaje móvil permite la oportunidad de aprender de manera casual y espontánea, aprovechando pequeños intervalos de tiempo” (párr. 4).

Finalmente, estas tecnologías enriquecen la experiencia educativa, ya que “las herramientas tecnológicas permiten a los estudiantes interactuar con el contenido educativo, facilitando una comprensión más efectiva del tema de estudio” (Fernández & Martínez, 2024, p. 5).

En este contexto, diversas plataformas digitales han surgido con el objetivo de facilitar el aprendizaje de lenguas extranjeras. Entre las más reconocidas se encuentra Rosetta Stone, cuya metodología de “ ‘Inmersión Dinámica’ permite a los usuarios aprender un nuevo idioma de manera intuitiva, utilizando imágenes, texto y sonido para enseñar palabras y gramática en un contexto real, sin traducciones” (Rosetta Stone, s.f.).

Otra aplicación destacada es Babbel, que se centra en el uso práctico del idioma y ofrece explicaciones gramaticales detalladas. “Sus cursos están diseñados por expertos lingüistas y cubren temas como comprensión de las partes del discurso, tiempos verbales, estructura de las oraciones, entre otros” (Babbel, s.f.).

Por su parte, Busuu promueve el aprendizaje colaborativo mediante la interacción con hablantes nativos. “La plataforma permite a los usuarios practicar habilidades lingüísticas con hablantes nativos a través de ejercicios de escritura y conversación, fomentando un entorno de aprendizaje social” (Busuu, s.f.).

Otra propuesta destacada es Memrise, que combina mnemotecnia con videos y repeticiones espaciadas. “Su método se basa en el uso de repeticiones espaciadas y mnemotecnia, facilitando así que el cerebro recuerde y almacene nueva información de manera efectiva” (Mobicee, 2023).

Si bien todas estas plataformas presentan enfoques distintos, comparten el objetivo de ofrecer experiencias accesibles, flexibles y adaptables a distintos perfiles de usuario.

Entre ellas, Duolingo se destaca por su popularidad: “Duolingo fue fundada en 2011 por Luis von Ahn y Severin Hacker” (Duolingo, s.f.) y “con más de 500 millones de usuarios en todo el mundo, Duolingo se ha consolidado como la aplicación de aprendizaje de idiomas más popular” (Sharesub, 2023).

Según su informe financiero del primer trimestre de 2025, la compañía reportó:

130, 2 millones de usuarios activos mensuales, lo que representa un aumento del 33% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Asimismo, el número de usuarios activos diarios alcanzó 46,6 millones, lo que supone un incremento del 49% interanual. (Duolingo, 2025).

Talkpal (2023) describe el enfoque de Duolingo del siguiente modo:

Duolingo utiliza ejercicios interactivos que te ayudan a aprender vocabulario, gramática y pronunciación a través de la repetición y la práctica constante. La aplicación está diseñada como un juego, lo que hace que el proceso de aprendizaje sea divertido y adictivo.

StriveCloud (2025) señala:

Además, la aplicación incorpora elementos motivacionales como rachas diarias, ligas de competencia y recompensa virtuales, que refuerzan la participación continúa del usuario. Estas dinámicas no solo aumentan la retención, sino que también ayudan a formar hábitos de estudio sostenidos.

Duolingo también emplea un algoritmo de repetición espaciada que “optimiza el momento en que se presentan los ejercicios para reforzar la memoria a largo plazo, adaptándose al rendimiento individual de cada usuario” (Settles & Meeder, 2016, p. 8).

Diversas investigaciones han abordado la gamificación en el aprendizaje de idiomas, centrándose en plataformas como Duolingo. En este sentido, se ha evaluado su eficiencia pedagógica (Vesselinov & Grego, 2012) y su usabilidad (Loewen et al., 2019). No obstante, persiste una brecha en la literatura: existen escasos estudios que examinen la experiencia del usuario adulto hispanohablante desde una perspectiva centrada en la percepción y la interacción emocional con los elementos gamificados. (Lewis, 2024).

Los usuarios adultos, especialmente los hispanohablantes, presentan particularidades en su proceso de aprendizaje que pueden influir en su interacción con aplicaciones como Duolingo. Con frecuencia, deben equilibrar el aprendizaje de un idioma con responsabilidades laborales, familiares y personales, lo que puede impactar tanto en su motivación como en el tiempo disponible y en la percepción de la efectividad de las herramientas utilizadas. Estas condiciones han sido documentadas en investigaciones que señalan “las limitaciones de tiempo, las restricciones financieras y los desafíos emocionales” como factores que obstaculizan el aprendizaje de adultos (Alshahrani, 2025 p. 4).

Asimismo, se ha observado que “los adultos necesitan un alto nivel de motivación para aprender [...] y las limitaciones de tiempo hacen que los estudiantes prioricen la liberación de estrés en lugar de forzar un aprendizaje ineficiente” (Kang & Wang, 2023, p.

12). En el caso específico de los hispanohablantes, la literatura aun es limitada, ya que la mayoría de los estudios sobre Duolingo se centran en hablantes de inglés o poblaciones escolares, lo que dificulta una comprensión integral de este perfil de usuario (Jiang et al., 2022; Loewen et al., 2019).

La experiencia del usuario en aplicaciones educativas juegan un papel crucial en su éxito o fracaso. De hecho, “la gamificación, definida como el uso de elementos lúdicos en contextos no recreativos, ha ganado gran relevancia especialmente en la educación, donde ha demostrado mejorar la motivación, el compromiso y el rendimiento académico de los estudiantes” (El País, 2025).

Si bien numerosos estudios se han enfocado en la efectividad pedagógica y técnicas de plataformas como Duolingo, resulta igualmente necesario comprender como los usuarios perciben e interpretan sus interacciones con estas herramientas. “A través de componentes como narrativas, niveles y recompensas, esta metodología transformadora ha sido implementada exitosamente en plataformas como Duolingo o programas de formación médica y empresarial” (El País, 2025).

Por ello, comprender como la gamificación impacta en la motivación, la retención y la satisfacción resulta esencial para el desarrollo de aplicaciones educativas que integren la experiencia humana como eje central del diseño. En un artículo publicado por El País (2025), los investigadores Pérez López y Navarro-Mateos destacan que uno de los logros mas

significativos ha sido el aumento de la motivación y el compromiso del alumnado a partir del uso de dinámicas gamificadas.

En función de lo anterior, se plantea el siguiente problema de investigación: ¿Cómo perciben los usuarios adultos hispanohablantes argentinos la experiencia de uso de Duolingo y de qué manera los elementos de gamificación influyen en su motivación, retención y satisfacción durante el aprendizaje de idiomas?.

Esta cuestión surge a partir de la identificación de una brecha en la literatura existente. Aunque se han evaluado diversos aspectos pedagógicos de Duolingo, se ha indicado que “la mayoría de los estudios sobre Duolingo se centran en hablantes de inglés o en poblaciones escolares, lo que limita la comprensión del impacto real que estas dinámicas tienen sobre otros perfiles de usuario” (Loewen, Isbell & Sporn, 2019).

Además, “los usuarios existentes deseaban trayectorias de aprendizaje más personalizadas y se sentían limitadas por la estructura lineal gamificada” (UX Design Bootcamp, 2023). Por ello, resulta necesario profundizar en cómo estas dinámicas afectan a un perfil de usuario aún poco explorado en la literatura académica.

“Una de las más relevantes ha sido comprobar cómo, gracias a la gamificación, hemos logrado incrementar la motivación y el compromiso del alumnado con su formación” (El País, 2025). Lo cual refuerza la necesidad de diseñar aplicaciones educativas que integren la

experiencia humana como eje central, coconsiderando la percepción, retención y satisfacción del usuario.

A partir de lo expuesto, se define el siguiente objetivo general: Analizar cómo los usuarios adultos hispanohablantes perciben la experiencia de uso de la aplicación Duolingo y de qué manera los elementos de gamificación influyen en su motivación, retención y satisfacción durante el aprendizaje de idiomas.

De este objetivo general, se derivan los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar los elementos de gamificación presentes en la aplicación Duolingo y su visibilidad para los usuarios adultos hispanohablantes.
2. Examinar como dichos elementos influyen en la motivación de los usuarios durante el proceso de aprendizaje de idiomas.
3. Analizar la relación entre la gamificación y la retención del usuario en el uso continuado de la aplicación.
4. Evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios adultos hispanohablantes en relación con su experiencia gamificada en Duolingo.

## Métodos

### *Diseño de la investigación*

El estudio se realizó bajo un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos. El enfoque cuantitativo permitió recopilar y analizar datos numéricos bajo encuestas estructuradas con escalas tipo Likert. El enfoque cualitativo, por su parte, permitió explorar la percepción de los usuarios en profundidad mediante preguntas abiertas, lo cual enriqueció la comprensión de sus experiencias subjetivas con la aplicación Duolingo.

El presente estudio tuvo un alcance descriptivo, ya que se centró en observar y describir los elementos de gamificación presentes en la aplicación Duolingo y su relación con las percepciones de los usuarios adultos. Se procuró identificar patrones y asociaciones entre las variables, motivación, retención y satisfacción, en relación con los elementos lúdicos incorporados en la interfaz de la aplicación.

La investigación fue de tipo no experimental con un diseño transversal. No se manipuló ninguna variable de forma intencional, sino que se observaron las experiencias y percepciones de los usuarios en su entorno natural, en un momento específico del tiempo. Esta estrategia permitió recoger información relevante sobre el comportamiento actual de los usuarios de Duolingo y su relación con los elementos gamificados.

### *Participantes*

La población objetivo del estudio estuvo compuesta por usuarios adultos (mayores de 18 años) hispanohablantes residentes en la localidad de Catriel, provincia de Río Negro, Argentina, que utilizan la aplicación Duolingo como parte de su rutina de aprendizaje de idiomas.

Aunque Duolingo está disponible para personas mayores de 13 años, esta investigación se enfocó exclusivamente en usuarios mayores de 18 años. Esta delimitación se definió con base en criterios metodológicos, dado que los adultos constituyen una población con capacidad legal para brindar consentimiento informado sin requerir autorización de terceros. Además, al centrarse en mayores de edad, se reduce la variabilidad asociada a factores propios del desarrollo cognitivo y afectivo que podrían influir en la percepción de los elementos gamificados. Esta elección permite abordar el análisis desde una perspectiva coherente con los objetivos del estudio, orientados al aprendizaje autónomo y al uso voluntario de tecnologías educativas en contextos no institucionales.

La muestra, como subgrupo extraído de dicha población, estuvo compuesta por (22) personas adultas. La selección se realizó mediante un muestro no probabilístico -se utiliza cuando el propósito de la investigación es explorar percepciones o experiencias dentro de un grupo específico que cumple ciertos criterios-, específicamente de tipo accidental e intencional, lo que permitió incluir a quienes fueron más accesibles en el contexto de la investigación y que, a su vez, cumplían con los criterios definidos: ser

mayores de edad, utilizar la app Duolingo en idioma español y haber tenido al menos una semana de uso activo.

Se garantizó el consentimiento informado por escrito de todos los participantes. Para ello, se diseñó un formulario específico que incluía los siguientes elementos: identificación del investigador responsable, una descripción breve del estudio, una explicación clara sobre las condiciones de participación, y una garantía explícita de confidencialidad respecto al tratamiento de los datos recolectados.

Además, se informó que el estudio forma parte de una tesis final de grado de la carrera de Ingeniería en Software de la Universidad Siglo 21. El modelo utilizado se presenta en el Anexo correspondiente.

### *Instrumentos*

Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario autoadministrado en formato digital, compuesto por preguntas cerradas y abiertas. El instrumento fue diseñado para recopilar tanto información cuantitativa como cualitativa, y estuvo estructurado en tres secciones principales:

Frecuencia de uso de la aplicación: se consultó con qué regularidad el usuario interactúa con Duolingo, con el objetivo de contextualizar su experiencia.

Escalas tipo Likert: se utilizaron escalas de cinco puntos (1 a 5) para evaluar variables originalmente cualitativas -motivación, retención y satisfacción-. En este contexto, las opciones de respuestas fueron:

1= muy en desacuerdo/nunca

2= en desacuerdo/raramente

3= ni de acuerdo ni en desacuerdo/a veces

4= de acuerdo/ frecuentemente

5= muy de acuerdo/siempre

Preguntas abiertas: orientadas a explorar impresiones personales, percepciones subjetivas y emociones asociadas con el uso de Duolingo en contextos de aprendizaje autónomo.

#### *Definiciones conceptuales y operacionales*

Motivación: se conceptualizo como el nivel de interés, disposición y deseo de uso que experimenta el usuario hacia la aplicación Duolingo. De forma operacional, se midió mediante una escala tipo Likert (1 a 5) a través de afirmaciones como ‘me esfuerzo por mantener mi racha diaria’ o ‘uso Duolingo porque me resulta entretenido’.

Retención: se entendió como la frecuencia y continuidad de uso de la aplicación a lo largo del tiempo. Operacionalmente, se midió mediante ítems relacionados con la cantidad de días consecutivos de uso, la participación en ligas y el tiempo promedio de uso semanal, también evaluados a través de una escala tipo Likert.

Satisfacción: se definió como la percepción positiva general que el usuario tiene sobre su experiencia con la aplicación. Se midió mediante afirmaciones como: ‘me siento

satisfecho con la forma en que Duolingo presenta los contenidos’ o ‘me resulta agradable aprender con esta aplicación’, utilizando también una escala de Likert de cinco puntos.

Esta conversión de variables cualitativas a escalas numéricas permitió obtener datos objetivos sin perder la profundidad subjetiva de la experiencia del usuario.

### *Análisis de datos*

El análisis de los datos recolectados se realizó mediante una combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos, sin la aplicación de pruebas estadísticas.

Las respuestas obtenidas a través de las escalas tipo Likert fueron organizadas y representadas gráficamente mediante barras, con el objetivo de visualizar las tendencias generales en torno a la motivación, la retención y la satisfacción de los participantes con respecto al uso de Duolingo. Esta visualización facilitó la interpretación comparativa de los niveles de respuesta entre los distintos ítems.

En cuanto a las preguntas abiertas, se aplicó un análisis de contenido básico, que consistió en leer las respuestas detenidamente, identificar expresiones recurrentes y agruparlas en categorías temáticas. Este enfoque permitió captar percepciones personales, emociones y valoraciones subjetivas de los usuarios en relación con la experiencia gamificada.

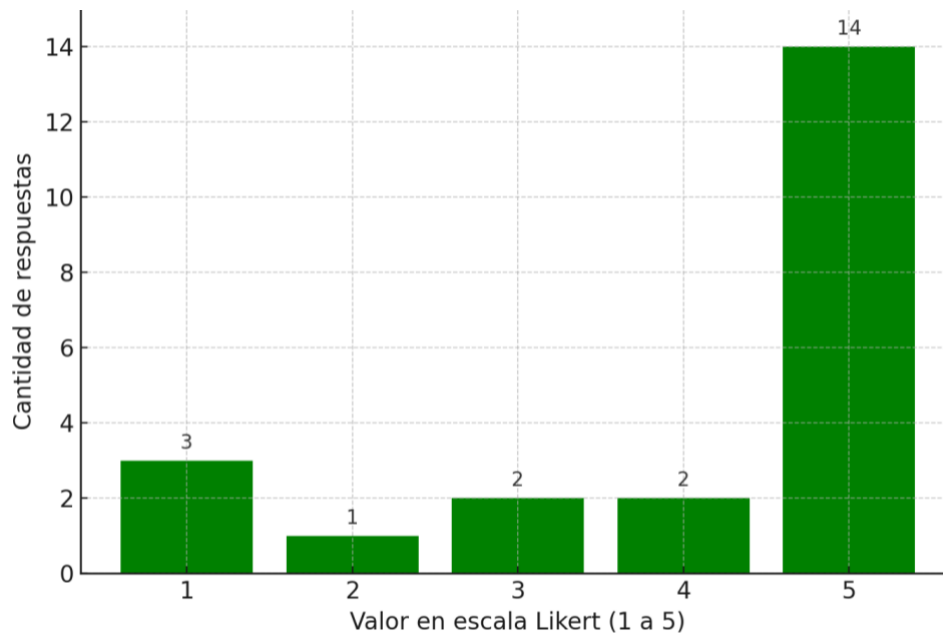
## **Resultados**

A continuación, se presentan los principales hallazgos obtenidos a partir del análisis de los datos recolectados mediante encuestas a usuarios adultos hispanohablantes de la aplicación Duolingo. Los resultados se organizan en función de los objetivos específicos planteados en esta investigación, abordando aspectos relacionados con la identificación de elementos de gamificación, su influencia en la motivación, la retención en el uso de la aplicación y el nivel de satisfacción con la experiencia gamificada.

### **1. Identificación de los elementos de gamificación.**

Uno de los elementos de gamificación más mencionados por los participantes fue la racha diaria. Esto se evidenció en las respuestas de la afirmación ‘Me esfuerzo por mantener mi racha diaria en Duolingo’, cuya distribución se presenta en la Figura 1.

Figura 1: Me esfuerzo por mantener mi racha diaria en Duolingo.



Fuente: Elaboración propia.

La visibilidad de los elementos gamificados también fue explorada mediante la pregunta abierta ‘¿Qué es lo que más te gusta de la forma en que Duolingo presenta los contenidos?’. Las respuestas obtenidas se resumen en la Tabla 1.

Tabla 1: Elementos valorados en la presentación de contenidos.

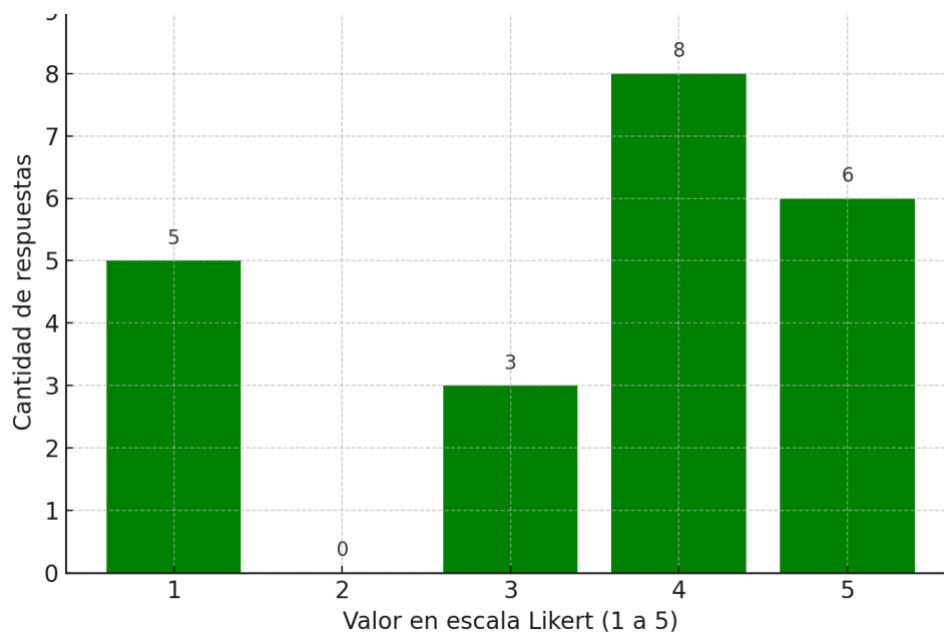
Categoría	Frecuencia (n)	Ejemplos de Respuestas
<b>Dinamismo y entretenimiento</b>	5	“es dinámico”, “parece un juego”, “es entretenido”
<b>Elementos visuales y auditivos</b>	4	“imágenes”, “dibujos”, “sonidos”
<b>Simplicidad y claridad</b>	4	“lo fácil y entretenido que se vuelve aprender”, “simple y dinámico”
<b>Uso de personajes y gráficos</b>	3	“los personajes”, “gráficos”
<b>Variedad de ejercicios</b>	5	“escuchar y completar”, “leer cuentos”, “diversos ejercicios”

Fuente: Elaboración propia.

## 2. Influencia percibida en la motivación

La distribución de respuestas ante la afirmación ‘Los desafíos y recompensas me motivan a seguir usando la aplicación’ se presenta en la Figura 2.

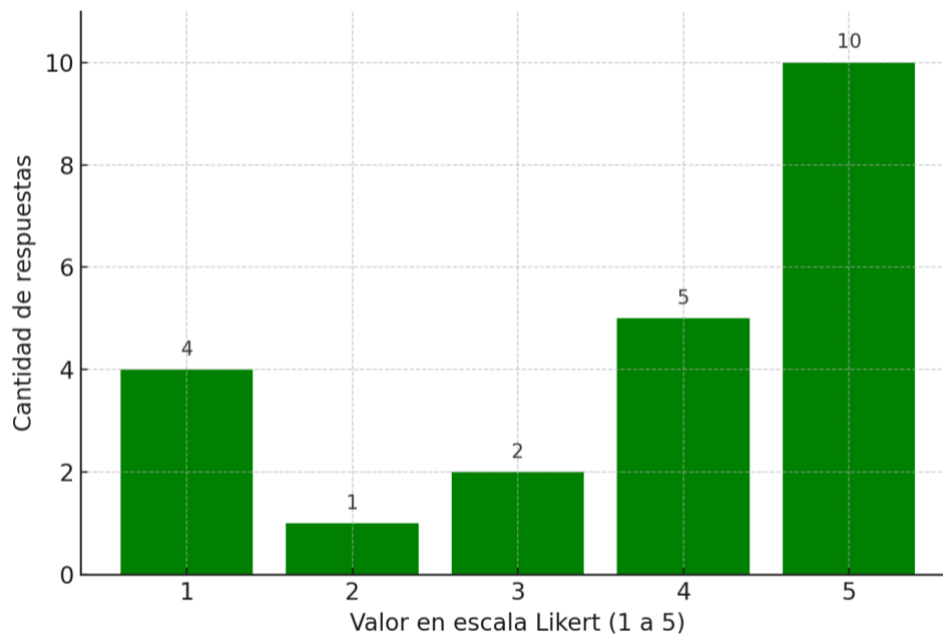
Figura 2: Los desafíos y recompensas me motivan a seguir usando la aplicación.



Fuente: Elaboración propia.

La distribución de respuestas ante la afirmación ‘Me siento motivado/a cuando avanza de nivel o gano puntos’ puede observarse en la Figura 3.

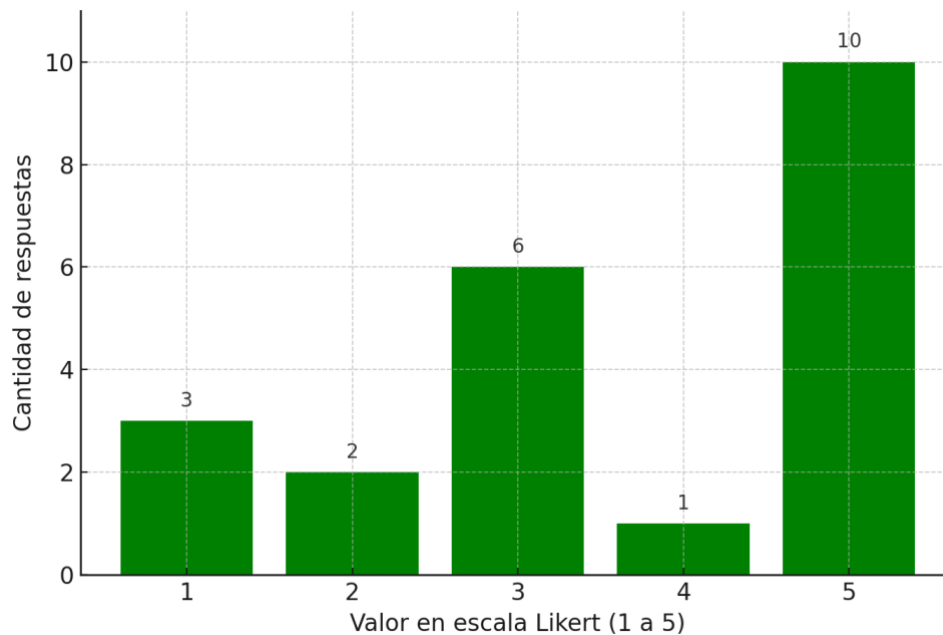
Figura 3: Me siento motivado/a cuando avanzo de nivel o gano puntos.



Fuente: Elaboración propia.

La distribución de respuestas a la afirmación 'Prefiero Duolingo frente a otras apps porque me resulta entretenido' se presenta en la Figura 4.

Figura 4: Prefiero Duolingo frente a otras apps porque me resulta entretenido.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la pregunta abierta ‘¿Como influyen los premios, puntos o ligas en tu uso de la aplicación?’, las respuestas se agruparon en tres tendencias. Esta información puede visualizarse en la Tabla 2.

Tabla 2: Influencia de elementos gamificados.

Categoría	Frecuencia (n)	Ejemplos de Respuestas
<b>Influencia positiva</b>	7	“me motivan”, “son alentadores y motivan a seguir avanzando”, “querer ganar más”, “mantener la racha”
<b>Sin influencia</b>	6	“no me motivan”, “en nada”, “me da lo mismo”, “no influyen mucho”
<b>Influencia específica o mixta</b>	7	“me desmotiva bajar de categoría”, “los premios que duplican los puntos es lo mejor”

Fuente: Elaboración propia.

La pregunta ‘¿Crees que los elementos de juego te ayudan realmente a aprender mejor? ¿Por qué?’ fue respondida de forma abierta por los participantes. Las respuestas se organizaron en categorías temáticas y se presentan en la Tabla 3.

Tabla 3: Percepción sobre elementos de juego y aprendizaje.

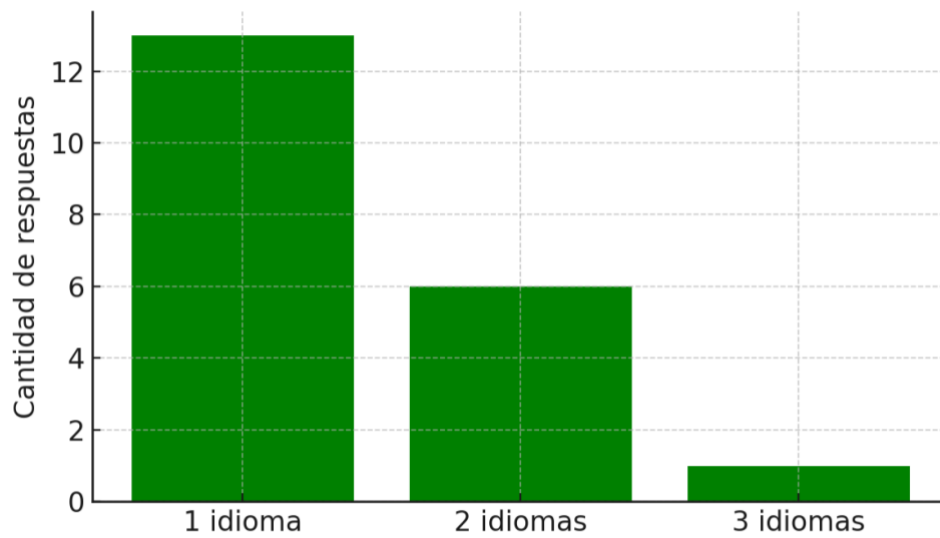
<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia (n)</b>	<b>Ejemplos de Respuestas</b>
<b>Percepción positiva del aprendizaje</b>	9	“es interactivo”, “enseña de diferentes maneras”, “me facilita memorizar”, “me mantiene atenta”
<b>No mejora el aprendizaje pero promueve práctica</b>	6	“no siento que aprenda, pero me ayuda a practicar diariamente”, “amplió vocabulario, no aprendo nuevo”, “mantiene el compromiso”
<b>Percepción crítica o negativa</b>	5	“no me ha ayudado mucho”, “pueden distraer”, “me molesta que me distraigan”

Fuente: Elaboración propia.

### 3. Frecuencia y continuidad en el uso.

Respecto al número de idiomas que los participantes están aprendiendo con Duolingo, los resultados se presentan en la Figura 5.

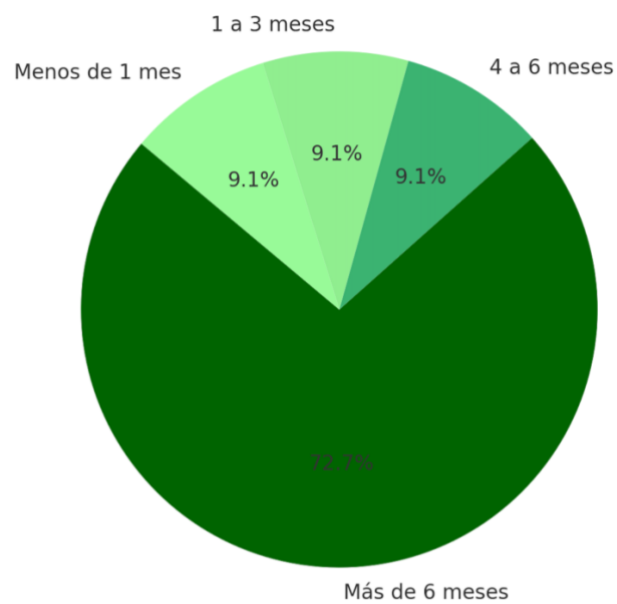
Figura 5: Cantidad de idiomas que aprenden los usuarios.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al tiempo de uso de la aplicación, los resultados se visualizan en la Figura 6.

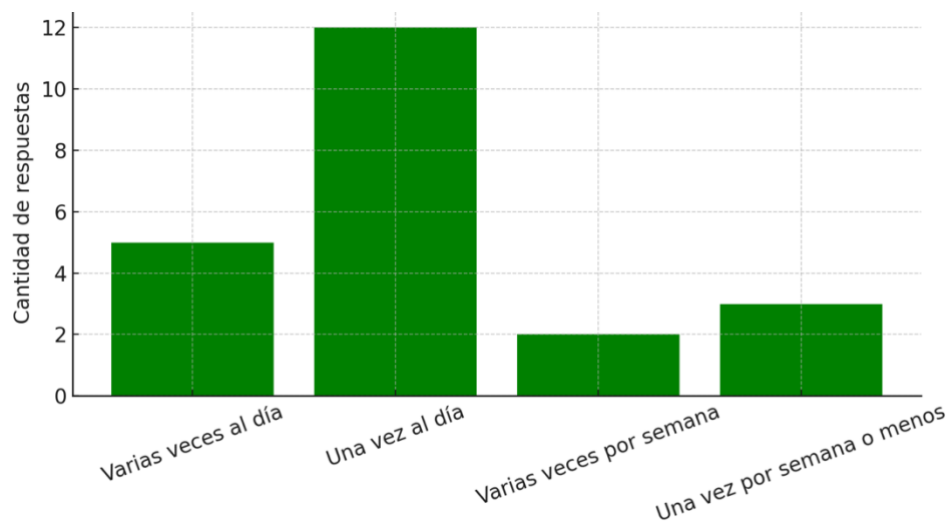
Figura 6: Tiempo de uso de Duolingo.



Fuente: Elaboración propia.

La distribución de respuestas a la afirmación ‘Uso Duolingo de forma constante desde que comencé’ puede verse en la Figura 7.

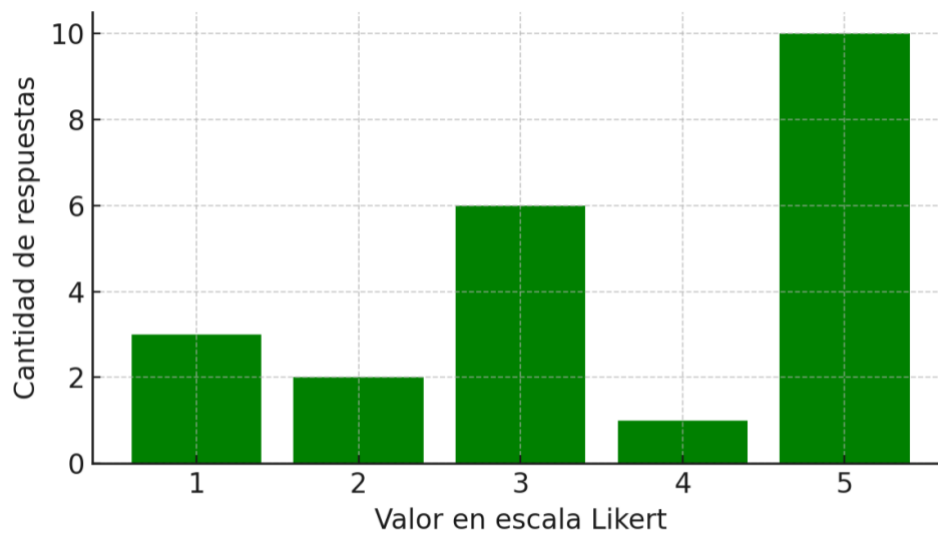
Figura 7: Frecuencia de uso de Duolingo.



Fuente: Elaboración propia.

La afirmación ‘Uso Duolingo de forma constante desde que comencé’ se encuentra reflejado en la Figura 8.

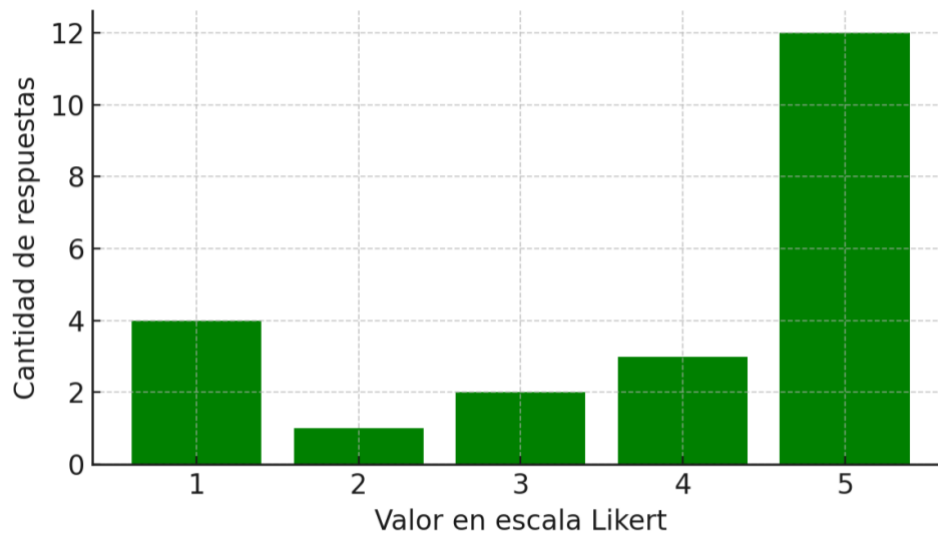
Figura 8: Uso Duolingo de forma constante desde que comencé.



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, la afirmación 'He dejado de usar la app por periodos largos' se observa en la Figura 9.

Figura 9: He dejado de usar la app por periodos largos.

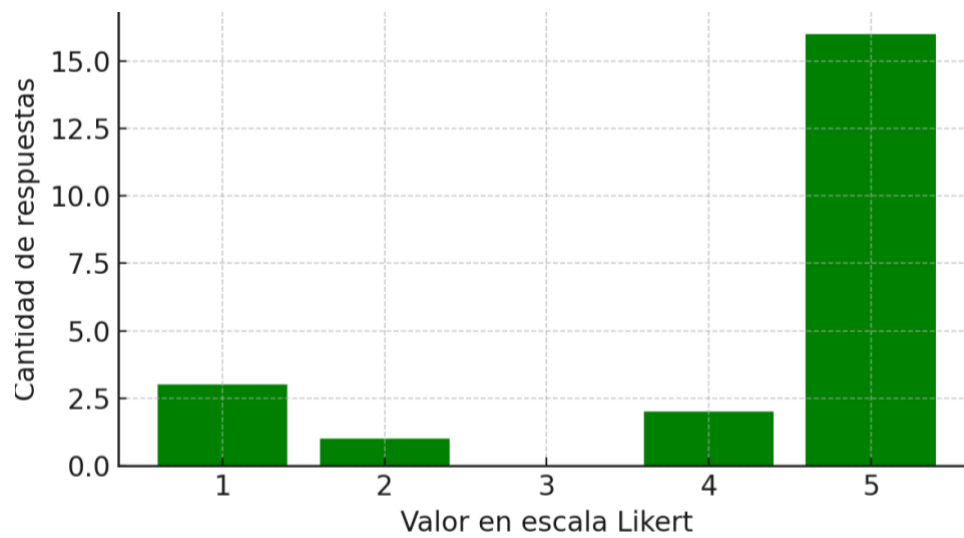


Fuente: Elaboración propia.

#### 4. Nivel de satisfacción con la experiencia

En relación con la afirmación ‘Siento satisfacción al mantener mis rachas’, los resultados se presentan en la figura 10.

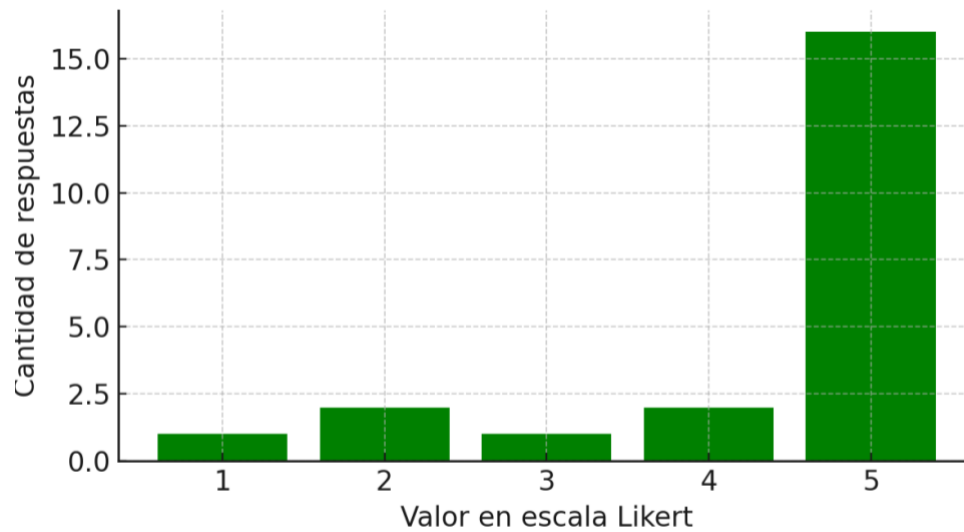
Figura 10: “Siento satisfacción al mantener mis rachas”,



Fuente: Elaboración propia

Ante la afirmación ‘Me resulta fácil y agradable usar Duolingo’ los resultados se observan en la Figura 11.

Figura 11: Me resulta fácil y agradable usar Duolingo.



Fuente: Elaboración propia

La afirmación ‘El sistema de gamificación hace que aprender me resulte más placentero’ se observa en la Figura 12.

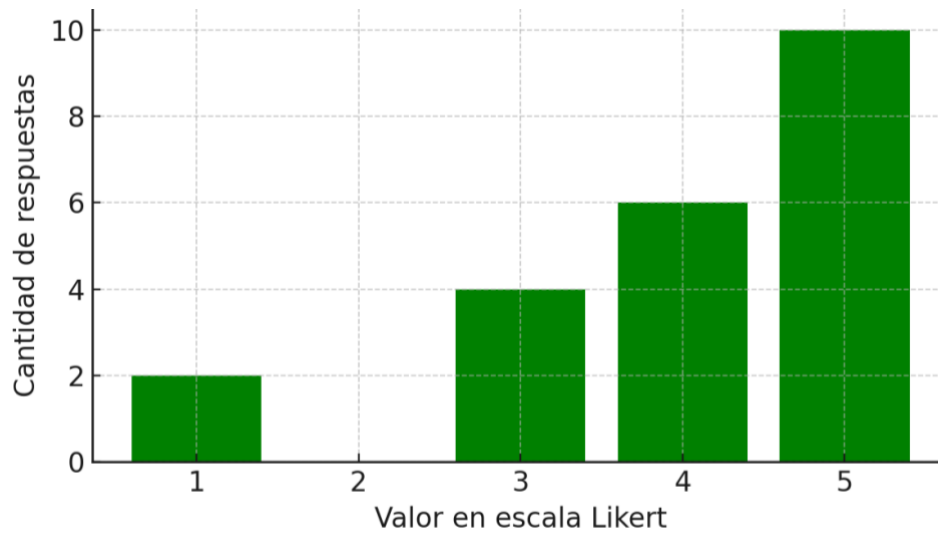
Figura 12. El sistema de gamificación hace que aprender me resulte más placentero.



Fuente: Elaboración propia

También se consultó el grado de satisfacción general con la afirmación ‘Estoy satisfecho/a con los avances que logro en la app’. Esta información se presenta en la Figura 13.

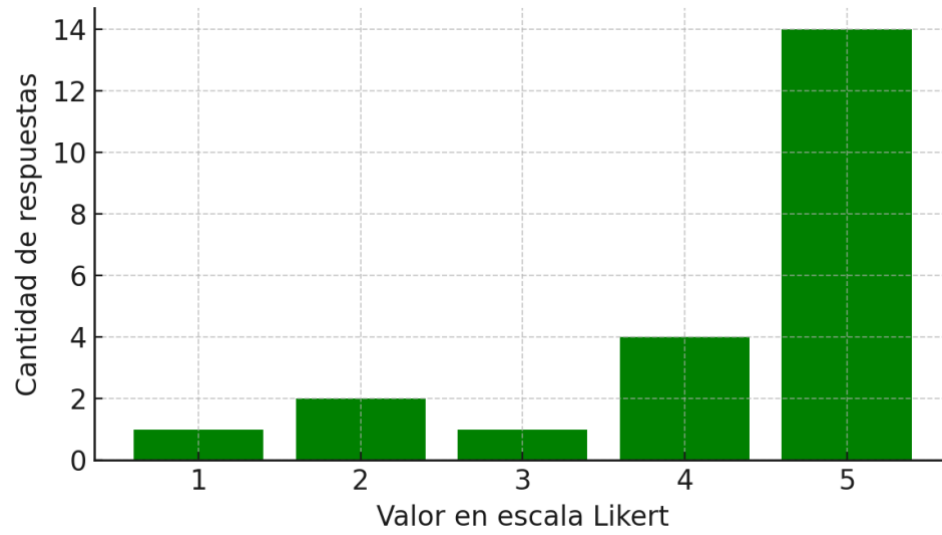
Figura 13: Estoy satisfecho/a con los avances que logro en la app.



Fuente: Elaboración propia.

Por último, la afirmación ‘Aprender idiomas con Duolingo es una experiencia positiva para mí’ se observa en la Figura 14.

Figura 14: Aprender idiomas con Duolingo es una experiencia positiva para mí?



Fuente: elaboración propia

## Discusión

Este estudio tuvo como objetivo principal analizar cómo los usuarios hispanohablantes perciben la experiencia de uso de la aplicación Duolingo y de qué manera los elementos de gamificación influyen en su motivación, retención y satisfacción durante el aprendizaje de idiomas. Este enfoque resultó especialmente pertinente dado que, si bien Duolingo ha sido objeto de diversas investigaciones, la mayoría se han centrado en poblaciones escolares o angloparlantes (Loewen et al., 2019; Jiang et al., 2022), quedando relativamente inexplorada la perspectiva del usuario adulto hispanohablante. Considerar a esta población, con sus tiempos reducidos, múltiples responsabilidades y necesidades de autonomía, permite ampliar la comprensión sobre el impacto real de las dinámicas gamificadas en contextos informales de aprendizaje.

Uno de los propósitos de este estudio fue identificar los elementos de gamificación presentes en Duolingo y analizar su visibilidad desde la perspectiva de los usuarios adultos hispanohablantes. Los hallazgos sugieren que ciertos componentes gamificados, como la racha diaria, los personajes animados, los niveles y los recursos visuales y auditivos, son reconocidos con claridad por la mayoría de los participantes. La mención frecuente de estos elementos en las respuestas abiertas indica una alta exposición y recordación, lo que permite inferir que forman parte central de la experiencia de uso.

Este reconocimiento explícito por parte de los usuarios coincide con lo propuesto por StriveCloud (2025), que señala que las mecánicas como rachas, premios o ligas refuerzan la participación sostenida al estar presentes de forma constante en la interfaz. A su vez, estudios previos ya habían documentado la efectividad de este tipo de elementos en entornos gamificados, al promover el hábito mediante la repetición y la retroalimentación inmediata

(Talkpal, 2023; Settles & Meeder, 2016). En el caso de Duolingo, se observa que la gamificación no solo cumple una función decorativa o de refuerzo externo, sino que estructura la experiencia de uso.

La prominencia de estos componentes también se relaciona con lo observado por Pérez López y Navarro-Mateos (2025), quienes sostienen que una experiencia educativa gamificada y efectiva debe integrar los elementos lúdicos de manera coherente con los objetivos de aprendizaje. En este estudio, el reconocimiento de tales elementos por parte de los adultos hispanohablantes da cuenta de su integración funcional y no meramente estética, lo cual es un indicador relevante para evaluar la calidad del diseño gamificado en aplicaciones educativas.

Finalmente, cabe señalar que, si bien la mayoría de los participantes identificó estos componentes sin dificultad, no se registraron menciones a ciertas funciones como las insignias o los retos comunitarios, lo que podría indicar una visibilidad reducida o una menor relevancia subjetiva. Este aspecto podría constituir una oportunidad de mejora para aumentar la percepción de variedad y personalización del entorno.

Un segundo objetivo de esta investigación fue examinar cómo los elementos de gamificación influyen en la motivación de los usuarios adultos hispanohablantes durante el proceso de aprendizaje de idiomas. A partir del análisis de los datos, se observa que estos componentes tienen un impacto heterogéneo en la motivación, aunque predominan las respuestas que atribuyen un efecto positivo, especialmente en lo referido al mantenimiento de la racha diaria, el avance de nivel y la acumulación de puntos.

Estos hallazgos coinciden con lo señalado por El País (2025), quien destaca que la gamificación incrementa la motivación y el compromiso del alumnado al introducir metas alcanzables y recompensas virtuales actúan como reforzadores extrínsecos eficaces, al incentivar la constancia y el retorno a la plataforma.

En este estudio, muchos participantes reportaron que la continuidad en el uso de la aplicación estaba motivada principalmente por el deseo de no perder la racha o de mantenerse en una liga competitiva, lo que sugiere una fuerte internalización de estas dinámicas. Esa tendencia se alinea con lo planteado por Mora et al. (2020), quienes sostienen que la motivación extrínseca, cuando está bien integrada al diseño gamificado, puede favorecer el desarrollo de hábitos sostenidos de aprendizaje.

No obstante, también se identificaron respuestas que relativizan la efectividad motivacional de estos elementos o incluso expresan rechazo a ciertas mecánicas, como las ligas o los rankings. Este tipo de respuestas podría vincularse con lo mencionado por Kang y Wang (2023), quienes advierten que la presión generada por sistemas de competencia puede desmotivar a ciertos perfiles de usuario, en especial adultos con altos niveles de exigencia o menor disponibilidad de tiempo.

Por otro lado, en la pregunta abierta acerca de cómo los premios, puntos o ligas influían en el uso de la aplicación, emergieron comentarios que vinculan estos elementos con sensaciones lúdicas o desinterés. Esta diversidad de percepciones refuerza la necesidad de adoptar los estímulos gamificados a diferentes perfiles de usuario, lo que coincide con lo señalado por UX Design Bootcamp (2023) respecto a la importancia de trayectorias personalizables en entornos gamificados.

En síntesis, los resultados evidencian que los elementos de gamificación tienen una influencia significativa sobre la motivación, pero su efectividad varía en función de la percepción y el contexto del usuario. Esta variabilidad resalta la necesidad de diseñar sistemas gamificados que ofrezcan múltiples rutas de participación, permitiendo tanto el refuerzo competitivo como el progreso individual no comparativo.

Otro eje central de esta investigación consistió en analizar la relación entre la gamificación y la retención de los usuarios adultos hispanohablantes en el uso continuado de Duolingo. Los resultados sugieren que los elementos de gamificación tienen un efecto relevante en la frecuencia de uso y en la permanencia en la aplicación, aunque con ciertas motivaciones.

Una proporción significativa de los participantes indicó que utiliza la aplicación desde hace más de seis meses y que accede a ella al menos una vez por día o varias veces por semana. Además, la mayoría expresó haber mantenido el uso de forma constante desde el inicio. Estos indicadores de retención son consistentes con los efectos esperables de una estrategia gamificada bien diseñada, tal como lo plantean Pérez López y Navarro-Mateos (2025), quienes afirman que la gamificación contribuye al sostenimiento de la práctica al convertir el aprendizaje en una experiencia atractiva y estructurada.

En particular, el sistema de rachas, los rankings y la acumulación de puntos parecen funcionar como anclajes conductuales que refuerzan al hábito de ingreso diario. Este mecanismo se vincula con lo descrito por Settles y Meeder (2016), quienes destacan el papel del algoritmo de repetición espaciada y el diseño gamificado en la creación de rutinas de uso

sostenidas. Asimismo, los hallazgos concuerdan con lo planteado por Talkpal (2023), donde se señala que el estilo lúdico de la app contribuye a mantener el interés a largo plazo.

Sin embargo, también se identificó que un porcentaje relevante de los usuarios manifestó haber dejado de utilizar la aplicación por periodos prolongados. Este dato introduce una dimensión crítica en torno a los límites de la retención basada exclusivamente en estímulos gamificados. Las interrupciones pueden deberse a múltiples factores externos, como falta de tiempo, cambios en la rutina personal o pérdida de interés, aspectos que ya habían sido señalados por Alshahrani (2025) como obstáculos frecuentes en el aprendizaje adulto.

En suma, los resultados respaldan la existencia de una relación entre la gamificación y la retención del usuario, especialmente cuando los mecanismos lúdicos se integran de manera coherente en el diseño de la experiencia. No obstante, esta relación no es absoluta ni uniforme, por lo que futuras estrategias deberían considerar variables contextuales que pueden afectar la continuidad del aprendizaje.

El cuarto objetivo de esta investigación se centró en evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios adultos hispanohablantes en relación con su experiencia gamificada dentro de Duolingo. Los resultados revelaron que, en términos generales, los usuarios reportan altos niveles de satisfacción vinculados a aspectos específicos del diseño gamificado.

Uno de los indicadores más representativos fue la afirmación ‘Siento satisfacción al mantener mis rachas’, ante la cual una parte significativa de los encuestados expresó altos niveles de acuerdo. Este resultado coincide con lo planteado por StriveCloud (2025), quienes

destacan que las rachas y premios virtuales funcionan como refuerzos positivos que estimulan tanto la continuidad como la satisfacción percibida con el proceso de aprendizaje.

Asimismo, la afirmación ‘Me resulta fácil y agradable usar Duolingo’ fue respaldada por una mayoría, lo que refuerza la idea de que una interfaz accesible, acompañada de dinámicas lúdicas, puede mejorar la experiencia del usuario adulto. Esta percepción se alinea con lo sugerido por Talkpal (2023), quienes señalan que una interfaz de usuario bien estructurada, junto con elementos de gamificación, favorece una experiencia más amena y placentera.

También fue positiva la valoración frente a la afirmación ‘El sistema de gamificación hace que aprender me resulte más placentero’, lo cual indica que no solo la usabilidad, sino también la estructura gamificada, influye en el disfrute. Esta relación ya había sido identificada en investigaciones previas como la de El País (2025), que remarcan el impacto positivo de la gamificación sobre la motivación y el compromiso con el aprendizaje.

En la misma línea, el enunciado ‘Estoy satisfecho/a con los avances que logra en la app’ obtuvo respuestas predominantemente altas, lo que permite inferir una percepción de progreso personal vinculada a la experiencia gamificada. La afirmación general ‘Aprender idiomas con Duolingo es una experiencia positiva para mí’ reforzó esta tendencia, mostrando que los usuarios valoran su paso por la aplicación no solo por los resultados obtenidos, sino también por la calidad subjetiva de la experiencia.

No obstante, es importante señalar que si bien las respuestas fueron mayoritariamente positivas, también se identificaron casos de menor satisfacción, lo cual podría estar relacionado con la percepción de estancamiento, falta de variedad en las actividades o limitaciones del enfoque lúdico para ciertos estilos de aprendizaje. Esto concuerda con los

hallazgos de UX Design Bootcamp (2023), donde se señala que algunos usuarios experimentan restricciones ante una estructura gamificada excesivamente lineal o poco personalizada.

En conjunto, los resultados permiten concluir que el nivel de satisfacción de los usuarios adultos hispanohablantes con Duolingo es, en general, alto, y que esta satisfacción está estrechamente asociada a la incorporación de elementos de gamificación como rachas, puntos, ligas y facilidad de uso. Sin embargo, también se sugiere que la experiencia puede mejorar mediante una mayor personalización y diversificación de recursos, de modo que se ajusten mejor a distintas preferencias y necesidades.

Estos hallazgos, si bien revelan tendencias claras, deben ser interpretados considerando algunas limitaciones metodológicas. Uno de las principales limitaciones del presente estudio radica en el tamaño y tipo de muestra utilizada. Al tratarse de un muestreo no probabilístico, basado en la autoselección de los participantes, los resultados no pueden generalizarse a toda la población de usuarios adultos hispanohablantes de Duolingo. Asimismo, la participación estuvo sesgada hacia personas con acceso a dispositivos tecnológicos y disposición a completar formularios en línea, lo que puede excluir perfiles con menor familiaridad digital.

Otra limitación fue la ausencia de pruebas objetivas de progreso en el aprendizaje, ya que el estudio se centró en la percepción subjetiva de los usuarios, sin incluir evaluaciones externas de desempeño. Finalmente, algunas preguntas abiertas ofrecieron respuestas escuetas, lo que restringió el alcance del análisis cualitativo.

A pesar de estas limitaciones, el estudio presenta fortalezas relevantes. Entre ellas, se destaca la focalización en un perfil poco explorado: el usuario adulto hispanohablante. Además, el abordaje mixto que combinó preguntas cerradas y abiertas permitió obtener una visión más integral de la experiencia gamificada, articulando datos cuantitativos con percepciones individuales.

A partir de los resultados obtenidos, se sugiere que futuras aplicaciones educativas orientados a adultos hispanohablantes consideren una **gamificación más personalizada**, que permita al usuario ajustar el grado de exposición a dinámicas competitivas o reforzantes. Asimismo, sería conveniente incorporar **métricas más ajustadas al progreso real** y ofrecer retroalimentación cualitativa, más allá de la acumulación de puntos.

También se recomienda profundizar en estudios que integran **mediciones objetivas de aprendizaje** junto con percepciones subjetivas, y ampliar la muestra a diversos países hispanohablantes para explorar diferencias culturales o regionales. Por último, sería pertinente explorar cómo varía la experiencia gamificada según el nivel educativo, edad y ocupación de los usuarios.

Este trabajo investigó cómo los elementos de gamificación presentes en la aplicación Duolingo influyen en la motivación, retención y satisfacción de los usuarios adultos hispanohablantes en contextos de aprendizaje informal. A partir de un enfoque mixto, que combinó encuestas con escalas tipo Likert y preguntas abiertas, se recogieron y analizaron percepciones subjetivas sobre el uso de la app.

Los resultados muestran que los elementos gamificados más reconocidos -como la racha diaria, los puntos, los niveles y las ligas- son percibidas como motivadores por gran parte de los participantes, especialmente en términos de continuidad y hábito de uso. No obstante, se evidenció una variabilidad en la forma en que estos mecanismos afectan a cada usuario, resaltando la necesidad de trayectorias personalizables dentro de los entornos gamificados.

En relación con la retención, se observó que muchos usuarios utilizan Duolingo de forma constante durante largos períodos, aunque también se registraron abandonos temporales. Esto sugiere que la gamificación puede funcionar como ancla conductual, pero no garantiza la permanencia sin considerar factores externos o individuales.

Respecto a la satisfacción, la mayoría de los participantes valoró positivamente su experiencia de uso, destacando la facilidad, el entretenimiento y la percepción de avance. Sin embargo, se identificaron ciertos límites asociados con la estructura lineal de la app y la escasa personalización de los contenidos y recompensas.

Una de las principales fortalezas de este estudio radica en su enfoque específico en usuarios adultos hispanohablantes, un perfil escasamente explorado en la literatura académica actual. Las limitaciones incluyen el tamaño y tipo de muestra, la falta de mediciones objetivas de aprendizaje y el carácter autoadministrado del cuestionario.

En conclusión, la investigación evidencia que la gamificación puede ser una estrategia efectiva para fomentar el compromiso y la satisfacción en el aprendizaje de idiomas, siempre que se adapte a las características y expectativas del usuario adulto. Se recomienda el diseño de sistemas más flexibles, con estímulos personalizados y métricas de progreso más cualitativas, así como la realización de estudios futuros con muestras más

diversas y análisis longitudinales que permitan evaluar el impacto sostenido de estas dinámicas en el tiempo.

Desde una perspectiva personal y profesional, la realización de este trabajo representó una oportunidad significativa para profundizar en el análisis crítico de las aplicaciones tecnológicas desde un enfoque centrado en el usuario. No solo me permitió aplicar herramientas metodológicas y teóricas propias de mi formación en ingeniería en software, sino también desarrollar una mirada más empática y comprensiva sobre las necesidades y experiencias de los usuarios reales. Investigar sobre la gamificación en Duolingo no solo enriqueció mi conocimiento sobre el diseño de experiencias digitales, sino que también reforzó mi convicción de que la tecnología debe estar al servicio del aprendizaje significativo y la diversidad de trayectorias humanas. Este proceso me impulsó a considerar, en futuros desarrollos, la importancia de combinar funcionalidad, motivación y satisfacción para generar soluciones tecnológicas realmente efectivas e inclusivas.

## Referencias

- Cañar Cachipueno, A. P. (2021). Duolingo como herramienta de aprendizaje del idioma inglés en estudiantes del nivel A1 de la Unidad Educativa Pedro Vicente Maldonado (Tesis de licenciatura). Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/33080>
- Laurens-Arredondo, C. (2019). Evaluación del uso del aprendizaje móvil en la educación STEM: Una experiencia de estudiantes universitarios en tiempos de pandemia. *Revista de Investigación en Educación*, 17(2), 174–189. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8673580.pdf>
- Zambrano Mera, I. E., & Chancay García, L. (2024). Impacto de las tecnologías digitales en el aprendizaje y la enseñanza en entornos educativos. *Revista Qualitas*, 28(28), 054–068. Recuperado de: <https://revistas.unibe.edu.ec/index.php/qualitas/article/view/263>
- Fernández, M., & Martínez, A. (2024). Uso de herramientas móviles en el aprendizaje activo. *Revista de Investigación Educativa Latinoamericana*, 18(5), 1–15. Recuperado de: [https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-48212024000500340&script=sci\\_arttext](https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-48212024000500340&script=sci_arttext)
- González, P. (2024). Mobile learning: la era de educación flexible y digital. Meer. Recuperado de: <https://www.meer.com/es/85943-mobile-learning-la-era-de-educacion-flexible-y-digital>

- Romero, J., Delgado, C., & Ruiz, H. (2024). Impacto de las tecnologías móviles en el aprendizaje informal. *Revista Venezolana de Educación*, 42(2), 1–12. Recuperado de: [https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S2542-30292024000200021&script=sci\\_arttext](https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S2542-30292024000200021&script=sci_arttext)
- Settles, B., & Meeder, B. (2016). A Trainable Spaced Repetition Model for Language Learning. Proceedings of the 54th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics. Recuperado de: <https://research.duolingo.com/papers/settles.acl16.pdf>
- StriveCloud. (2025). How Duolingo uses gamification to improve user retention. Recuperado de: <https://strivecloud.io/blog/gamification-examples-boost-user-retention-duolingo/>
- Jiang, X., Rollinson, J., Plonsky, L., & Pajak, B. (2022). Evaluating the reading and listening outcomes of beginning-level Duolingo courses. *Foreign Language Annals*, 55(1), 5–23. Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/flan.12577>
- Lewis, A. (2024). Exploring the Impact of Gamified Language Learning Platforms on Adult Second Language Acquisition: A Case Study in Spanish Education. *The Review of Contemporary Scientific and Academic Studies*, 4(2). Recuperado de: <https://doi.org/10.55454/rcsas.4.02.2024.003>
- Loewen, S., Isbell, D. R., & Sporn, Z. (2019). Mobile-assisted language learning: A Duolingo case study. *ReCALL*, 31(3), 293–311. Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/333431833\\_Mobile-assisted\\_language\\_learning\\_A\\_Duolingo\\_case\\_study](https://www.researchgate.net/publication/333431833_Mobile-assisted_language_learning_A_Duolingo_case_study)

Vesselinov, R., & Grego, J. (2012). Duolingo effectiveness study. City University of New York. Recupetado de: [https://theowlapp.health/wp-content/uploads/2022/04/DuolingoReport\\_Final-1.pdf](https://theowlapp.health/wp-content/uploads/2022/04/DuolingoReport_Final-1.pdf)

Alshahrani, A. (2025). Adult Language Learners' Challenges in Self-Directed Learning. *International Journal of Social Science & Management Research*, 8(2), 1–10. Recupetado de: [https://ijssmr.org/uploads2025/ijssmr08\\_37.pdf](https://ijssmr.org/uploads2025/ijssmr08_37.pdf)

Jiang, X., Rollinson, J., Plonsky, L., & Pajak, B. (2022). Evaluating the reading and listening outcomes of beginning-level Duolingo courses. *Foreign Language Annals*, 55(1), 5–23. Recupetado de: <https://doi.org/10.1111/flan.12577>

Kang, S., & Wang, C. (2023). Supporting learners' self-management for self-directed language learning: A study within Duolingo. *Interactive Technology and Smart Education*, 20(4), 1–18. Recupetado de: <https://doi.org/10.1108/ITSE-05-2023-0093>

Loewen, S., Isbell, D. R., & Sporn, Z. (2019). Mobile-assisted language learning: A Duolingo case study. *ReCALL*, 31(3), 293–311. Recupetado de: [https://www.researchgate.net/publication/333431833\\_Mobile-assisted\\_language\\_learning\\_A\\_Duolingo\\_case\\_study](https://www.researchgate.net/publication/333431833_Mobile-assisted_language_learning_A_Duolingo_case_study)

CORE Languages. (2024). Why You Can't Rely Solely On Duolingo To Learn A Language And What You Should Do Instead. Recuperado de <https://www.corelanguages.com/why-you-cant-rely-solely-on-duolingo-to-learn-a-language-and-what-you-should-do-instead/>

Duolingo. (2023). Duolingo efficacy studies. Recuperado de <https://blog.duolingo.com/results-duolingo-efficacy-studies>

UX Design Bootcamp. (2023). First Step in UX Design: How User Research Saved Duolingo? Recuperado de <https://medium.com/design-bootcamp/the-secret-weapon-of-ux-designs-of-successful-apps-how-user-research-saved-duolingo-c8f0bae95e86>

El País. (2025, 11 de mayo). ¿Juego o herramienta? El potencial y los riesgos de la gamificación. Recuperado de <https://elpais.com/extra/formacion/2025-05-11/juego-o-herramienta-el-potencial-y-los-riesgos-de-la-gamificacion.html>

Loewen, S., Isbell, D. R., & Sporn, Z. (2019). Mobile-assisted language learning: A Duolingo case study. *ReCALL*, 31(3), 293–311. <https://www.cambridge.org/core/journals/recall/article/mobileassisted-language-learning-a-duolingo-case-study/A4D7C8F71782A37D258C19F357DDBCBE>

UX Design Bootcamp. (2023). First Step in UX Design: How User Research Saved Duolingo? Recupetado de: <https://medium.com/@uxjay/how-did-duolingo-use-a-b-testing-to-become-the-kings-of-gamification-aff8f82bd70f>

Vorecol. (2025). El impacto de la gamificación en la motivación y retención de estudiantes en plataformas de aprendizaje en línea. Recupetado de: <https://vorecol.com/es/articulos/articulo-impacto-de-la-gamificacion-en-la-motivacion-y-retencion-de-estudiantes-en-plataformas-de-aprendizaje-en-linea-189063>

Duolingo. (2025). Carta a los accionistas – Primer trimestre 2025. Recuperado de <https://investors.duolingo.com/static-files/01420520-3377-4985-887b-55ed3c1e4fc5>

## Anexo

### Anexo 1: Encuesta realizada en Google Forms

#### Gamificación en Duolingo

La gamificación es la aplicación de mecánicas y dinámicas de juego a contextos no relacionados con juegos, para motivar, mejorar la experiencia y fomentar el aprendizaje o la realización de tareas.

\* Indica que la pregunta es obligatoria

#### Consentimiento informado \*

Te invitamos a participar en una investigación que forma parte del Trabajo Final de Grado de la carrera Ingeniería en Software de la Universidad Siglo 21. El estudio tiene como objetivo analizar la experiencia de uso de la aplicación Duolingo por parte de usuarios adultos hispanohablantes, con un enfoque en los elementos de gamificación y su impacto en la motivación, retención y satisfacción durante el aprendizaje de idiomas.

Tu participación es voluntaria, anónima y confidencial. No se recogerán datos personales identificatorios. Los resultados serán utilizados únicamente con fines académicos y serán presentados de forma agregada.

La encuesta tiene una duración estimada de entre 5 y 10 minutos. Podés dejar de completarla en cualquier momento, sin que eso tenga consecuencias de ningún tipo.

Al continuar con la encuesta, estás dando tu consentimiento para participar en este estudio.

- Continuar
- No continuar

### Datos Generales

¿Cuántos idiomas está aprendiendo actualmente con Duolingo?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Desde hace cuánto tiempo usa Duolingo?

- Menos de un mes
- 1 a 3 meses
- 4 a 6 meses
- Más de 6 meses

¿Con qué frecuencia usa Duolingo?

- Varias veces al día
- Una vez al día
- Varias veces por semana
- Una vez por semana o menos

### Valoración de la experiencia como usuario

Me esfuerzo por mantener mi racha diaria en Duolingo.

- |       |                       |                       |                       |                       |                       |         |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------|
|       | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |         |
| Nunca | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Siempre |

Los desafíos y recompensas me motivan a seguir usando la aplicación.

- |       |                       |                       |                       |                       |                       |         |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------|
|       | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |         |
| Nunca | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Siempre |

Me siento motivado/a cuando avanzo de nivel o gano puntos.

- |       |                       |                       |                       |                       |                       |         |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------|
|       | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |         |
| Nunca | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Siempre |

Prefiero Duolingo frente a otras apps porque me resulta entretenido.

	1	2	3	4	5	
Muy en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

Uso Duolingo de forma constante desde que comencé.

	1	2	3	4	5	
Muy en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

Las ligas y rankings me animan a volver a la app.

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

Siento satisfacción al mantener mis rachas.

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

He dejado de usar la app por periodos largos.

	1	2	3	4	5	
Muy en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

Me resulta fácil y agradable usar Duolingo.

	1	2	3	4	5	
Muy en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

El sistema de gamificación hace que aprender me resulte más placentero.

Muy en desacuerdo    1    2    3    4    5    Muy de acuerdo

Estoy satisfecho/a con los avances que logro en la app.

Muy en desacuerdo    1    2    3    4    5    Muy de acuerdo

Aprender idiomas con Duolingo es una experiencia positiva para mí.

Muy en desacuerdo    1    2    3    4    5    Muy de acuerdo

#### Experiencia subjetiva como usuario

¿Qué es lo que más te gusta de la forma en que Duolingo presenta los contenidos?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Qué aspectos de la app te resultan menos útiles o frustrantes?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Cómo influyen los premios, puntos o ligas en tu uso de la aplicación?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Creés que los elementos de juego te ayudan realmente a aprender mejor? ¿Por qué?

Tu respuesta \_\_\_\_\_