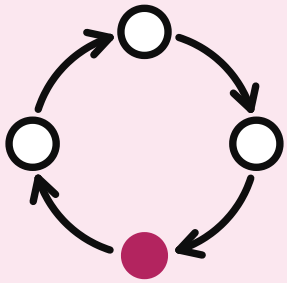
Modelo

Modelo Hooked

Un ciclo para que usar un producto se vuelva costumbre: un aviso lleva a una acción sencilla, llega un premio que varía y la persona deja algo suyo que la hará volver.



En inglés
Hook model

Origen
Eyal y Hoover (2014)

Qué problema aborda

Explica cómo algunas apps pasan de necesitar notificaciones a usarse por costumbre, y da al diseño una guía para crear hábitos, con el riesgo de crear dependencia.

Componentes

Disparador
Lo que lleva a actuar: primero algo de fuera, como un aviso; con el tiempo, algo de dentro, como el aburrimiento o una duda.

Acción
El gesto más simple que se hace esperando un premio, como abrir la app o deslizar.

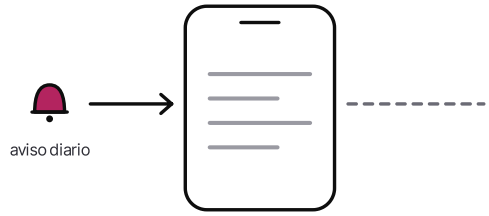
Recompensa variable
Un premio que cambia cada vez, y por eso da ganas de volver a mirar.

Inversión
Algo que la persona pone de su parte (datos, contenido, contactos) y que mejora el producto para la próxima vez.

Un ejemplo

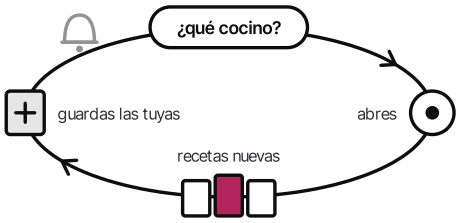
Una app para guardar recetas quiere que la gente la use cada semana.

Solo con avisos



Cada día llega una notificación con una receta. **Si se quitan los avisos, la gente deja de abrirla.**

Con el ciclo completo



Abres, descubres recetas nuevas de otras personas y guardas las tuyas. **Al pensar «¿qué cocino?», la abres sola.**

El modelo busca que el aviso pase de fuera (una notificación) a dentro (una duda o una emoción). Por eso sirve igual para ayudar a sostener un hábito que para enganchar.

Cómo funciona

1

Un disparador lleva a una acción fácil; si cuesta, el ciclo no arranca.

2

el premio cambia cada vez, y la curiosidad por el siguiente da ganas de volver;

3

lo que la persona invierte carga el siguiente ciclo y hace que dejar el producto cueste más.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Para entender cómo un producto se vuelve costumbre y para ayudar a sostener hábitos que la persona sí quiere, como moverse, ahorrar o estudiar.

✕ Evita

Premios al azar y avisos sin fin para captar atención en productos que la persona usaría menos si lo pensara con calma.

Para no caer

¿Usarías tu producto tú mismo y mejora la vida de quien lo usa? Si no, estás creando dependencia, no valor.

18 a 254 días



Lo que dice la investigación

Lo que tardaron en volverse casi automáticas conductas sencillas, repetidas cada día en la misma situación, en un estudio que siguió a 96 voluntarios (Lally y otros, 2010).

●●○ **Evidencia debatida.** Apoya una pieza del modelo, que repetir en el mismo contexto crea costumbre, no el modelo entero. El estudio duró 12 semanas: los plazos más largos son estimaciones.

Conexiones

Relacionado con

- Gamificación
- Modelo de comportamiento de Fogg
- Patrones engañosos

Autores y obras

2014	**Nir Eyal y Ryan Hoover**	Presentaron el ciclo en el libro Hooked, pensado para quienes crean productos digitales.
2009	**B. J. Fogg**	El paso de la acción se apoya en su modelo: hace falta motivación, capacidad y un aviso a la vez.
2010	**Phillippa Lally, Cornelia van Jaarsveld, Henry Potts y Jane Wardle**	Siguieron a diario cómo se formaban hábitos nuevos fuera del laboratorio.

Fuentes

Fuentes originales

- Eyal, N. y Hoover, R. (2014). Hooked: How to build habit-forming products. Portfolio/Penguin.
- Fogg, B. J. (2009). A behavior model for persuasive design. En Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology. ACM. Ver fuente (https://doi.org/10.1145/1541948.1541999)
- Lally, P., van Jaarsveld, C. H. M., Potts, H. W. W. y Wardle, J. (2010). How are habits formed: Modelling habit formation in the real world. European Journal of Social Psychology, 40(6), 998–1009. Ver fuente (https://doi.org/10.1002/ejsp.674)

Última revisión: 27 de octubre de 2026

Atlas público de diseño, de Adriana Ojeda. Texto e ilustraciones bajo licencia CC BY 4.0.