



Se filtran los niveles de suscripción de X Premium a través de su código final

Se ha filtrado información procedente del código interno de Twitter/X que sugiere que el equipo de Musk está a punto de introducir tres niveles de suscripción Premium de X.

Los usuarios pueden esperar un conjunto de opciones que incluyen Básico, Estándar y Plus, cada uno ofreciendo diferentes grados de exposición a anuncios y características. Este cambio representa un giro significativo en la estrategia de ingresos de X y podría tener un impacto en otras redes sociales si resulta exitoso.

Puede ver el xeeet del usuario de [Twitter/X @aaronp613](#) sobre los nuevos niveles de suscripción Premium de X a continuación:

```
<key>PREMIUM_TIER_BASIC_TITLE</key>
<string>Full Ads in For You</string>
<key>PREMIUM_TIER_PLUS_TITLE</key>
<string>No Ads in For You</string>
<key>PREMIUM_TIER_STANDARD_TITLE</key>
<string>Half Ads in For You</string>
```

## ¿Cuáles son los nuevos niveles de suscripción Premium de X?

Como se puede apreciar en el xeeet mencionado anteriormente, X tiene previsto implementar un modelo de suscripción jerarquizado que consta de los siguientes niveles:

- X Premium Básico: Este es el nivel de entrada, que ofrece un atractivo punto de precio, pero los usuarios pueden esperar ver anuncios completos en su feed.
- X Premium Estándar: El paquete de nivel intermedio proporciona una experiencia publicitaria moderada, con la mitad de anuncios en comparación con el nivel Básico.
- X Premium Plus: Este es el nivel más alto, que promete una experiencia completamente libre de anuncios para aquellos usuarios dispuestos a invertir en un precio más elevado.



Se filtran los niveles de suscripción de X Premium a través de su código final

## ¿Por qué está tomando esta medida X?

La decisión de X de revisar su estructura de precios tiene múltiples razones. Además de buscar generar mayor interés en su servicio de suscripción, la empresa debe cumplir con las [regulaciones europeas](#) de privacidad.

Al ofrecer una opción sin anuncios, X podría estar alineándose con las normativas de la UE que requieren que las aplicaciones sociales permitan a los usuarios optar por no ser rastreados con fines de personalización. Además, esta opción de pago sin anuncios podría compensar posibles pérdidas debido a políticas más estrictas de recopilación de datos.

## Desafíos que podrían surgir

Aunque el modelo de suscripción sin anuncios podría presentar desafíos para X, existen varios factores a considerar:

**Implicaciones en la distribución de ingresos:** Una migración significativa de usuarios hacia el paquete sin anuncios podría impactar en la distribución de ingresos con los creadores, ya que es probable que los ingresos por publicidad disminuyan. X debe encontrar un equilibrio entre mantener los ingresos de los creadores y la rentabilidad de la plataforma.

**Estrategia de fijación de precios:** X se enfrenta al reto de determinar la estrategia de precios óptima para contrarrestar la pérdida de ingresos por publicidad y al mismo tiempo motivar a los usuarios a actualizar a los niveles Premium.

**Adopción por parte de los usuarios:** El CEO de X, Elon Musk, ha enfatizado la necesidad de que los usuarios paguen para acceder y combatir el uso de bots y el spam generado por IA. El éxito dependerá de que una parte sustancial de los usuarios opte por las suscripciones de pago.

**Preocupaciones sobre la privacidad:** Aunque la opción sin anuncios se aplica solo al feed «Para ti», las preocupaciones sobre la recopilación de datos y la privacidad del usuario



Se filtran los niveles de suscripción de X Premium a través de su código final

siguen siendo relevantes. X debe abordar estas inquietudes mientras demuestra su compromiso con la protección de los datos de los usuarios.

El audaz movimiento de X hacia la estructuración de precios escalonados y una opción de suscripción sin anuncios representa un cambio transformador en el modelo de ingresos de la plataforma. A medida que se desvelen más detalles, será interesante observar cómo X enfrenta los desafíos relacionados con los precios, las implicaciones de ingresos y la adopción de usuarios, al tiempo que cumple con las regulaciones de privacidad.