



Empresas de EEUU recurren a la reducción de costos y la automatización ante el enfriamiento de la economía

Posted on Septiembre 4, 2025

En medio de un contexto de cautela por parte de los consumidores y tras una contracción económica anualizada de un 0,2% en el primer trimestre del año, las compañías estadounidenses buscan lograr mayores beneficios pese a la disminución de ventas, informó el medio The Wall Street Journal.

Ejecutivos de empresas como C.H. Robinson Worldwide y Estée Lauder dijeron al diario que están “optimizando sus operaciones” con menos personal y reforzando un enfoque en la eficiencia.

Si bien por el momento la mayoría de las compañías están logrando capear el mal momento con estas estrategias —pese a que el número de quiebras empresariales en EEUU este primer semestre ha sido el mayor desde el pico de la pandemia de COVID en el 2020—, el menor gasto de los consumidores podría eventualmente desencadenar una desaceleración más profunda en la economía nacional, advierte el artículo.

Por ello se concluye que el hecho de que la mayoría de los recientes aumentos en las ventas minoristas se deban a incrementos de precios, en lugar de a un mayor volumen de compras, es una señal de alarma. Los analistas temen que si los consumidores dejan de aceptar los nuevos precios, los ingresos y las ganancias de las empresas podrían estancarse o caer drásticamente.

El Maipo/PL