

INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES **COMERCIALES**

Sergio Bernal Castañeda

IDEASPROPIAS
editorial

IDEASPROPIAS

editorial

▶ Compra este libro



Inglés profesional para actividades comerciales

Inglés profesional para actividades comerciales

Documentación comercial y atención
al cliente en lengua inglesa

Autor

Sergio Bernal Castañeda (Torremolinos, 1987) es licenciado en Traducción e Interpretación (alemán-inglés) por la Universidad de Córdoba y máster en Cultura e Historia americana por la Universidad de Smith College, Massachusetts (Estados Unidos). Además, ha recibido formación complementaria en pedagogía.

Es profesor de inglés y ha trabajado como profesor de lengua castellana en el Instituto Cervantes de Málaga. Asimismo, ha sido traductor en la Comisión Europea y miembro colaborador del departamento de Ciencias del Lenguaje de la Universidad de Córdoba.

Ficha de catalogación bibliográfica

**Inglés profesional para actividades comerciales.
Documentación comercial y atención al cliente en
lengua inglesa**

**1.^a edición
Ideaspropias Editorial, Vigo, 2014**

**ISBN: 978-84-9839-543-3
Formato: 17 x 24 cm • Páginas: 170**

INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES.
DOCUMENTACIÓN COMERCIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LENGUA INGLESA.

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

DERECHOS RESERVADOS 2014, respecto a la primera edición en español, por
© Ideaspropias Editorial.

ISBN: 978-84-9839-543-3
Depósito legal: VG 907-2014
Autor: Sergio Bernal Castañeda
Impreso en España - Printed in Spain

Ideaspropias Editorial ha incorporado en la elaboración de este material didáctico citas y referencias de obras divulgadas y ha cumplido todos los requisitos establecidos por la Ley de Propiedad Intelectual. Por los posibles errores y omisiones, se excusa previamente y está dispuesta a introducir las correcciones pertinentes en próximas ediciones y reimpressiones.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	11
1. Atención al cliente-consumidor en inglés	13
1.1. Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes	14
1.2. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente- consumidor	19
1.2.1. Saludos	20
1.2.2. Presentaciones	21
1.2.3. Fórmulas de cortesía habituales	22
1.3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita	23
1.4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes- consumidores	32
1.4.1. Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes	36
1.5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad	40
CONCLUSIONES	47
AUTOEVALUACIÓN	49
SOLUCIONES	51
2. Aplicación de técnicas de venta en inglés	53
2.1. Presentación de productos-servicios	55
2.1.1. Características de productos-servicios	55
2.1.2. Medidas	59
2.1.3. Cantidades	60
2.1.4. Servicios añadidos	61
2.1.5. Condiciones de pago	63
2.1.6. Servicios postventa	64
2.1.7. Otros	64
2.2. Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes-consumidores	65
2.3. Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta	74
2.3.1. Instrucciones de uso	77
2.3.2. Precio	79

2.3.3. Descuentos	81
2.3.4. Recargos	81
2.3.5. Otros	82
2.4. Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente-consumidor	84
2.5. Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica	91
2.5.1. Fórmulas habituales en el argumentario de venta	95
2.6. Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos-servicios, entre otros	97
CONCLUSIONES	101
AUTOEVALUACIÓN	103
SOLUCIONES	105
3. Comunicación comercial escrita en inglés	107
3.1. Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica	109
3.1.1. Pedidos	109
3.1.2. Facturas	110
3.1.3. Recibos	112
3.1.4. Hojas de reclamación	113
3.2. Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés	115
3.2.1. Hojas de pedido	115
3.2.2. Facturas	118
3.2.3. Ofertas	119
3.2.4. Reclamaciones	120
3.2.5. Otros	121
3.3. Redacción de correspondencia comercial	123
3.3.1. Ofertas y presentación de productos por correspondencia	124
3.3.2. Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, respuesta a las reclamaciones, solicitud de prórroga y sus respuestas	125
3.3.3. Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga	130
3.4. Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos en inglés de comunicación interna en la empresa	132
3.5. Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés	137

3.6. Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta	146
3.7. Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes: Internet, fax, correo electrónico, carta u otros análogos	150
CONCLUSIONES	153
AUTOEVALUACIÓN	155
SOLUCIONES	157
PREGUNTAS FRECUENTES	159
GLOSARIO	161
EXAMEN	163
BIBLIOGRAFÍA	167



INTRODUCCIÓN

Este manual pretende aportar las competencias en lengua inglesa esenciales en las relaciones de compraventa. Para lograr ese objetivo, se indican numerosos términos específicos del área comercial y las expresiones de uso habitual en distintos contextos relativos a las actividades de venta. Asimismo, se explica cómo comprender y responder a la documentación comercial básica.

En la primera unidad didáctica, se describen y ejemplifican expresiones de cortesía para un correcto trato con los clientes, ya que son de vital importancia en todas las relaciones comerciales, pero de manera especial en la comunicación con personas angloparlantes. Además, se hace hincapié en el respeto a las estructuras fijas en documentos comerciales como correspondencia, hojas de pedido o cartas de reclamación. También se explican las estructuras sintácticas y los tiempos verbales más adecuados para cada contexto.

La segunda unidad didáctica ofrece las herramientas lingüísticas apropiadas para tareas de descripción de productos con finalidades comerciales. De igual modo, se indican los mecanismos que serán útiles para trasladar al cliente las condiciones de un servicio o para presentar un determinado producto.

La última unidad didáctica se ocupa de la documentación comercial. De modo que se indica tanto su estructura y forma como el vocabulario específico en inglés que el comercial debe manejar para comprender estos documentos. A las indicaciones de índole lingüística se suman recomendaciones para el trato de clientes de otras culturas, ya que conocer las costumbres relativas a los horarios, temas de conversación o protocolos de conversación de otros países puede suponer la diferencia entre una relación de poco provecho y una negociación exitosa.

Inglés profesional para actividades comerciales

1 Atención al cliente-consumidor en inglés

Objetivos

- Diferenciar la dicción fonética de la terminología comercial básica habitual en las actividades comerciales.
- Identificar las estructuras, fórmulas y pautas de educación y cortesía necesarias para la comunicación oral efectiva según distintos contextos socioprofesionales en las actividades comerciales: preventa, venta, reclamación y postventa.
- En situaciones simuladas de actividades comerciales emitir mensajes orales con claridad y corrección fonética diferenciando distintos tonos, según distintos contextos socioprofesionales comerciales mostrando interés, preocupación, pregunta y alegría entre otros.
- Identificar las características de los diferentes lenguajes y léxico técnico habitual en los documentos comerciales básicos: cartas, facturas, órdenes de pedido, recibos y hojas de reclamación entre otros.
- Identificar las expresiones, estructura y formas de presentación utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial y hojas de reclamación de clientes, consumidores o usuarios.
- Diferenciar las estructuras más formales e informales utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial.

Contenidos

1. Atención al cliente-consumidor en inglés
 - 1.1. Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes
 - 1.2. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente-consumidor
 - 1.2.1. Saludos
 - 1.2.2. Presentaciones
 - 1.2.3. Fórmulas de cortesía habituales
 - 1.3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita
 - 1.4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes-consumidores
 - 1.4.1. Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes
 - 1.5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad

1.1. Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes

En el contexto de la atención al cliente y de las actividades de venta, es necesario contar con una terminología específica en las relaciones comerciales con clientes en la lengua meta que se va a emplear. En este sentido, el conocimiento de ciertos vocablos y expresiones en inglés será imprescindible para entablar comunicaciones con el cliente o consumidor, ya sea en el registro oral o en el escrito.

Los diferentes departamentos que es posible encontrar en cualquier empresa en los que se trata directamente con el cliente o consumidor son los siguientes: **Sales & Marketing Department** (Departamento de Ventas y *Marketing*), **Purchasing Department** (Departamento de Compras), **Research & Development Department** (Departamento de Desarrollo e Investigación), **Public Relations Department** (Departamento de Relaciones Públicas) y **Commercial Department** (Departamento Comercial).

Los departamentos de una empresa en los que se da un contacto indirecto con los clientes son: **Finance & Accounting Department** (Departamento de Cuentas y Finanzas), **Human Resources Department** (departamento de Recursos Humanos), **Information Technology Department** (Departamento de Tecnología de la Información), **Production & Manufacturing Department** (Departamento de Producción y Manufactura) y **Logistics Department** (Departamento de Logística).

Además de poder escribir y comprender estos términos, es necesario que el vendedor consiga diferenciar la pronunciación¹ de la terminología comercial básica habitual en las actividades comerciales. A continuación se detalla una lista de sustantivos y expresiones que se suelen utilizar en la comunicación directa con el cliente, dentro de las áreas de comercio y de marketing y ventas.

Terminología específica del área de comercio			
Original (traducción)	Pronunciación	Original (traducción)	Pronunciación
Brand (marca)	/brænd/	Good (bien)	/gud/
Charge (cargo)	/tʃɑ:rdʒ/; /tʃɑ:dʒ/	Import trade (comercio de importación)	/im'pɔ:t treɪd/

¹ Las transcripciones separadas por «;» indican que la palabra tiene doble pronunciación: la del inglés americano y la del inglés británico. La transcripción a la izquierda del punto y coma indica la pronunciación americana; la situada a la derecha de la coma, la británica.

Copyright (derechos de reproducción)	/ˈkɔːpraɪt/; /ˈkɒpraɪt/	Inflation (inflación)	/ɪnˈfleɪʃən/
Currency (moneda)	/ˈkɜːrənsi/; /ˈkʌrənsi/	Infrastructure (infraestructura)	/ˈɪn.frəˌstrʌk.tʃər/
Customer (cliente)	/ˈkʌstəmər/; / kʌstəmə(r)/	International market (mercado internacional)	/ɪntəˈnæʃənl ˈmɑːkɪt/
Customer profile (perfil de la clientela)	/ˈkʌstəmər/; /ˈkʌstəmə(r) ˈprəʊfaɪl/	Logistic (logística)	/lədʒɪstɪks/
Demand (exigencia)	/dɪˈmænd/; /dɪˈmɑːnd/	Packaging (embalaje)	/ˈpækɪdʒɪŋ/
Distribution (distribución)	/ˌdɪstrɪˈbjʊːʃən/	Price (precio)	/praɪs/
Domestic trade (comercio doméstico)	/dəˈmestɪk/ /treɪd/	Recession (recesión)	/rɪˈseʃn/; /rɪˈseʃən/
E-commerce (comercio electrónico)	/iːˈkɑːmərs/; /iːˈkɒmərs/	Retail trade (comercio al por menor)	/rɪːteɪl treɪd/
Employee (empleado)	/ɪmˌplɔɪi/; /ɪmˌplɔɪi/	Schedule (programación)	/ˈskedʒuːl/; /ˈʃedjuːl/
Employer (empleador)	/ɪmˌplɔɪər/; /ɪmˌplɔɪə(r)/	Service (servicio)	/ˈsɜːrvəs/; /ˈsɜːvɪs/
Entrepreneurship (emprendimiento)	/ˌɒn.trə.prəˈnɜːʃɪp/; /ˌɑːn.trə.prəˈnɜːʃ- /	Shipping (transporte)	/ˈʃɪpɪŋ/
Export trade (comercio de exportación)	/ekˈspɔːrt/; /ekˈspɔːt treɪd/	Staff (personal)	/stæf/; /stɑːf/
Foreign trade (comercio extranjero)	/ˈfɔːrən/; /ˈfɑː- /; /ˈfɒrən treɪd/	Stock (inventario)	/stɑːk/; /stɒk/
Free trade (comercio libre)	/friː treɪd/	Supplier (proveedor)	/səˈplaɪər/; /səˈplaɪə(r)/

Además de los sustantivos, también es necesario conocer los verbos más habituales en el ámbito de las actividades comerciales. En la siguiente tabla, como ocurre en la anterior, se muestran dichos verbos acompañados de las correspondientes traducciones y su pronunciación.

Verbos específicos del área de comercio			
Original (traducción)	Pronunciación	Original (traducción)	Pronunciación
To admit (admitir)	/əd'mɪt/	To estimate (calcular)	/ˈestəmeɪt/; /ˈestɪmeɪt/
To advertise (anunciar)	/ˈædvɜːtaɪz/; /ˈædvətaɪz/	To exchange (intercambiar)	/ɪksˈtʃeɪndʒ/
To afford (permitirse)	/ə'fɔːrd/; /ə'fɔːd/	To increase (incrementar)	/ɪn'kriːs/
To authorize (autorizar)	/ˈɔːθəraɪz/	To invest (invertir)	/ɪn'vest/
To calculate (calcular)	/ˈkælkjəleɪt/; /ˈkælkjuleɪt/	To loan (prestar)	/ləʊn/
To complain (quejarse)	/ˈkælkjəleɪt/; /ˈkælkjuleɪt/	To manage (administrar)	/ˈmænɪdʒ/
To confirm (confirmar)	/kən'fɜːrm/; / kən'fɜːm/	To manufacture (manufacturar)	/ˌmænjʊ'fæktʃər/; /ˌmænjʊ'fæktʃə(r)/
To decrease (reducir)	/dɪ'kriːs/; /di:kri:s/	To order (ordenar)	/ˈɔːrdər/; /ˈɔːdə(r)/
To delay (retrasar)	/dɪ'leɪ/	To pay (pagar)	/peɪ/
To distribute (distribuir)	/dɪ'strɪbjət/; /-bjʊt/; /dɪ'strɪbjʊt/	To plan (planificar)	/plæn/
To divide (dividir)	/dɪ'vaɪd/; /dɪ'vaɪd/	To produce (producir)	/prə'duːs/; /prədjuːs/
To establish (establecer)	/ɪ'stæblɪʃ/		

Es fundamental poseer una base sólida de la diferente terminología que existe en inglés para poder formar y utilizar diferentes frases y expresiones.

Ejemplo

Our company does not have the requested product in stock (Nuestra compañía no tiene el producto solicitado en *stock*).

Apple® can afford to distribute products worldwide (Apple puede permitirse distribuir productos mundialmente).

The employees were not happy about the pay rise (Los empleados no estaban contentos con el aumento de sueldo).

The distribution chain specializes in export trade (La cadena de distribución está especializada en comercio de exportación).

We are expanding our international market to other countries (Estamos expandiendo nuestro mercado internacional a otros países).

In order to maintain a successful Logistics Department, we need to reinforce our relationship with suppliers (Para mantener un Departamento de Logística exitoso, necesitamos reforzar nuestras relaciones con los proveedores).

A pesar de que muchos de los términos específicos en el área de comercio y en la de marketing y venta son comunes, existen algunos que están más orientados a un campo en concreto. A continuación, se expone una serie de sustantivos específicos del ámbito de marketing y ventas.

Terminología específica del área de marketing y ventas			
Original (traducción)	Pronunciación	Original (traducción)	Pronunciación
Agent (agente)	/ˈeɪdʒənt/	Marketing positioning (marketing de posicionamiento)	/ˈmɑːrkətɪŋ/ /ˈmɑːkɪtɪŋ pəʒɪtʃɪŋ/
Budget (presupuesto)	/ˈbʌdʒət/; /ˈbʌdʒɪt/	Meeting (reunión)	/ˈmiːtɪŋ/
Buyer (comprador)	/ˈbaɪər/; /ˈbaɪə(r)/	Product (producto)	/ˈprɑːdʌkt/; /ˈprɒdʌkt/
Cash (efectivo)	/kæʃ/	Promotion (promoción)	/prəˈməʊʃən/
Client (cliente)	/ˈklaɪənt/	Publicity (publicidad)	/pʌbˈlɪsəti/
Coupon (cupón)	/ˈkuːpɑːn/; /ˈkuːpɒn/	Representative (representativo)	/ˌreprɪzəntətɪv/

Customer marketing (marketing orientado al cliente)	/ˈkʌstəməɪ/; /ˈkʌstəmə(r) ˈmɑːrkətɪŋ/; /ˈmɑːkɪtɪŋ/	Retail (venta al por menor)	/ˈriːteɪl/
Deal (acuerdo)	/di:l/	Sales (rebajas)	/ˈɔːfseɪlz/; /ˈɒfseɪlz/
Direct marketing (marketing directo)	/dɪˈrekt/; /daɪ-/; /daɪˈrekt/; /dɪ-ˈmɑːrkətɪŋ/; /ˈmɑːkɪtɪŋ/	Saving (ahorro)	/ˈseɪvɪŋ/
Discount (descuento)	/ˈdɪskaʊnt/	Trade fair (feria)	/treɪd feɪ/; /feə(r)/
E-marketing (marketing electrónico)	/iːˈmɑːrkətɪŋ/; /ˈmɑːkɪtɪŋ/		

A estos términos hay que sumarle los verbos más habituales en el ámbito de marketing y ventas. Estos verbos se indican en esta tabla:

Verbos específicos del área de marketing y ventas			
Original (traducción)	Pronunciación	Original (traducción)	Pronunciación
To arrange (organizar)	/əˈreɪndʒ/	To fire (despedir)	/faɪr/; /faɪə(r)/
To attend (asistir)	/əˈtend/	To hire (contratar)	/haɪr/; /haɪə(r)/
To bargain (regatear)	/ˈbɑːrgən/; /ˈbɑːgən/	To launch (fundar)	/ləʊntʃ/
To buy (comprar)	/baɪ/	To promote (promover)	/prəˈməʊt/
To close (cerrar)	/kləʊs/	To purchase (adquirir)	/ˈpɜːrtʃəs/; /ˈpɜːtʃəs/
To consume (consumir)	/kənˈsuːm/; / kənˈsjʊːm/	To quit (dimitir)	/kwɪt/
To cost (costar)	/kɔːst/; /kɒst/	To register (inscribir)	/ˈredʒəstər/; /ˈredʒɪstə(r)/
To deal with (negociar)	/di:l wɪð/; /wɪə/	To resign (dimitir)	/rɪˈzaɪn/

To develop (desarrollar)	/dɪ'veləp/	To sell (vender)	/sel/
To dismiss (despedir)	/dɪ'smɪs/	To sponsor (patrocinar)	/'spɑ:nsər/ /'spɒnsə(r)/

También es necesario conocer el vocabulario relacionado con el área de marketing y ventas de una empresa para construir expresiones que permitan mantener relaciones entre el vendedor y el cliente en el contexto de las actividades comerciales.

Ejemplo

The marketing manager and the sales agent are talking business at the moment (El responsable de marketing y el agente de ventas están hablando de negocios en este momento).

The employee is dealing with a lot of foreign customers this week (El empleado está negociando con muchos clientes extranjeros esta semana).

The Human Resources manager is in charge of hiring new employees (El responsable de Recursos Humanos está a cargo de la contratación de nuevos empleados).

The retail buyer supplies products to small businesses (El comprador de venta al por menor provee de productos a su pequeño negocio).

1.2. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente-consumidor

En castellano se utiliza la segunda persona del singular para tratar con personas con las que se mantiene una relación de confianza, mientras que se emplea la tercera persona para comunicarse de modo más cortés o formal.

Sin embargo, en la lengua inglesa esta diferenciación no existe, por lo que es necesario conocer y emplear ciertas expresiones formales para indicar respeto. Por tanto, en inglés es esencial la utilización de expresiones cordiales y educadas a la hora de tratar con el cliente, más aún cuando se trata de un primer encuentro.

Estos usos y estructuras habituales en la atención al cliente o consumidor incluyen diferentes saludos, fórmulas de presentación, despedidas y otras expresiones clasificadas como formales.

No obstante, en ocasiones es posible brindarle un trato más informal que refleje una relación de confianza. Para este cometido, el comercial deberá saber identificar las expresiones, estructura y formas de presentación utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial y hojas de reclamación de clientes, consumidores o usuarios.

1.2.1. Saludos

El comercial debe ser capaz de identificar las estructuras, fórmulas y pautas de educación y cortesía necesarias para la comunicación oral efectiva según distintos contextos socioprofesionales en las actividades comerciales como la preventa.

El saludo consiste en una primera toma de contacto con el cliente en la que se trata de averiguar las necesidades e intereses de los clientes y en la que se efectúan las presentaciones. Existen numerosas formas de comenzar una conversación, ya sea oral o escrita, dependiendo del carácter formal o informal que se le quiera otorgar al discurso. A continuación se citan algunos de los saludos formales e informales que se pueden utilizar:

Saludos formales	Saludos informales
Good morning (Buenos días)	Hello! ² (¡Hola!)
Good afternoon (Buenas tardes)	Hi! (¡Hola!)
Good evening (Buenas noches)	Hi there! (¡Ey, hola!)
To whom it may concern (A quien pueda interesar)	Mike, how are you doing! (Mike, ¿qué tal estás?)
Dear Mr. X (Estimado señor)	
Dear Ms. X (Estimada señora)	

Además, en una situación de actividades de comercio con un cliente, el comercial debe ser capaz de despedirse utilizando pautas de cortesía y protocolo habituales en la venta.

² De forma general, **hello** se clasifica como saludo del registro informal pero hay que tener en cuenta que se trata de una expresión que se puede utilizar también en situaciones formales.

Despedidas formales	Despedidas informales
Goodbye! (¡Adiós!)	Bye! (¡Hasta luego!)
I look forward to seeing you soon (Espero volver a verle pronto)	See you! (¡Nos vemos!)
Yours sincerely (Saludos cordiales)	Kind regards (Un saludo amistoso)
It has been a pleasure to see you (Ha sido un placer verle)	Till next time! (¡Hasta la próxima!)

El inicio y el final de una situación comunicativa suponen una oportunidad muy valiosa para el comercial, ya que con un saludo o una despedida adecuados puede influir positivamente en la actitud de su interlocutor.

1.2.2. Presentaciones

Igual que los saludos, las presentaciones pueden tener un carácter formal o informal. Sin embargo, en el contexto de la empresa, al tratar con el cliente o consumidor, se recomienda optar siempre por la versión formal, sobre todo a la hora de redactar correspondencia comercial o responder a hojas de reclamación.

En la siguiente tabla se enuncian algunas de las fórmulas más habituales para presentarse, tanto en un registro formal como informal:

Presentaciones formales	Presentaciones informales
Hello Mr. Robinson, may I introduce you to...? (Hola señor Robinson, ¿podría presentarle a...?)	This is Mr. Robinson. Mr. Robinson, this is Sandy (Este es el señor Robinson. Señor Robinson, esta es Sandy)
Please allow me to introduce you to... (Por favor permítame presentarle a...)	Nice to meet you! (Encantado)
I am very pleased to meet you (Es un verdadero placer conocerle)	Good to meet you! (Un placer)
Delighted to meet you (Es un placer conocerle)	My pleasure! (El gusto es mío)

Ante una situación de actividades de comercio con un cliente, el comercial deberá ser capaz de identificarse e identificar al interlocutor utilizando las normas de protocolo y cortesía adecuados para el cliente. Asimismo, deberá ser capaz de obtener los datos relevantes del interlocutor ya sea de forma presencial o a través del teléfono.

1.2.3. Fórmulas de cortesía habituales

Existen diferentes fórmulas de cortesía que se pueden utilizar cuando se conoce a un cliente o consumidor por primera vez. Debe tenerse en cuenta que todas estas fórmulas tienen un carácter formal. En la siguiente tabla se muestran algunas de estas expresiones:

Fórmulas de cortesía	
Primer encuentro	Hello, my name is Andrew Sharpe, how can I help you today? (Hola, mi nombre es Andrew Sharpe, ¿cómo puedo ayudarle hoy?)
	Is there anything I can do for you, Sir? (¿Puedo hacer algo por usted, señor?)
	What can I do for you, Mr. (¿Qué puedo hacer por usted, señor.?)
Acuerdo o asentimiento	Of course I can (Por supuesto que puedo)
	Certainly, Madam (Desde luego, señora)
	I will try to do my best to help you (Haré lo posible para ayudarle)
Disculpas	I am sorry, Sir (Lo siento, señor)
	I'm afraid it is not possible (Me temo que eso no es posible)
	My apologies (Mis disculpas)

Además existen numerosas expresiones de cortesía que se pueden emplear para justificar las ausencias, los errores o las faltas del producto o servicio. Son fórmulas especialmente útiles a la hora de responder una reclamación del cliente.

Expresiones de cortesía	
Desacuerdo	We are sorry to inform you that... (Sentimos informarle de que...)
	There has been some problems with the delivery... (Ha habido una serie de problemas con el envío...)
	Unfortunately, the delivery could not be shipped on time... (Desafortunadamente, el envío no pudo realizarse a tiempo...)
	We regret to inform you that... (Lamentamos informarle de que...)
	The shipment is delayed due to... (El envío se ha retrasado debido a...)

A continuación, este ejemplo muestra una conversación que describe un primer encuentro entre un trabajador y un cliente:

Employee: Good morning, Sir. How could I help you today?

Customer: Good morning. I would like to get some information about the new offers that you have in your company, please.

Employee: Certainly, Sir, please wait just a second and I will bring you a brochure.

Customer: Thank you very much.

Employee: You're welcome, Sir. Here you have a catalogue with our best new products. Please do not hesitate to ask any questions.

Empleado: Buenos días, señor. ¿Cómo podría ayudarle hoy?

Cliente: Buenos días. Me gustaría obtener información sobre las nuevas ofertas que tienen en su compañía, por favor.

Empleado: Por supuesto, señor, por favor espere un momento y le traeré un folleto.

Cliente: Muchas gracias.

Empleado: De nada, señor. Aquí tiene un catálogo con nuestros nuevos y mejores productos. Por favor, no dude en preguntar cualquier otra cuestión.

En este diálogo se pueden encontrar numerosas expresiones de cortesía que abren la conversación y evitan la brusquedad o tirantez de un primer encuentro. Por ejemplo, **could** es el pasado del verbo modal **can**, pero en este caso actúa como fórmula de cortesía condicional (*¿Podría?*). También destaca la expresión **would like to + infinitivo** (me gustaría + infinitivo). Con la expresión **do not hesitate** (no dude), se está utilizando un imperativo suavizado por la palabra **please** (por favor), indispensable en este tipo de conversaciones.

1.3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita

Para mantener una adecuada relación con los clientes en las actividades comerciales, es crucial conocer la diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.

En este sentido, el conocimiento de la estructura pregunta-respuesta en inglés es crucial a la hora de entablar una conversación formal con un cliente. Siempre se debe responder siguiendo una estructura similar a la pregunta formulada y se intentará responder a ella cordialmente, ya sea de forma afirmativa o negativa.

Ejemplo

Could I have your attention, please? (*¿Podría atenderme, por favor?*).

- Respuesta afirmativa: Yes, of course, Sir. How can I help you? (Sí, por supuesto, señor. ¿Cómo puedo ayudarle?).
- Respuesta negativa: I am sorry. I am afraid I do not work in this department (Lo siento. Me temo que no trabajo en este departamento).

Can you give me the last year's sales report, please? (¿Puede darme el informe de ventas del año pasado, por favor?).

- Respuesta afirmativa: Certainly, Sir. I will give it to you in a minute (Desde luego, señor. Se lo daré en un minuto).
- Respuesta negativa: My apologies, Sir. I'm afraid I'm very busy right now (Mis disculpas, señor. Me temo que estoy muy ocupado en este momento).

Could you explain me the characteristics of this new product? (¿Podría explicarme las características de este nuevo producto?).

- Respuesta afirmativa: Sure! This is a very useful product (¡Claro! Este es un producto muy útil).
- Respuesta negativa: Sorry, but we haven't put it on sale yet (Lo siento, pero aún no lo hemos puesto a la venta).

Los códigos de conducta y las expresiones de cordialidad son factores esenciales a la hora de tratar con un cliente o consumidor. Algunas de las expresiones fijadas utilizadas a la hora de realizar preguntas a los clientes en la comunicación comercial formal oral son: **Excuse me Sir, may I help you?** (Discúlpeme, señor, ¿puedo ayudarle?), **Would you mind telling me...?** (¿Le importaría decirme...?), **Could I ask you...?** (¿Podría pedirle...?), **May you tell me...?** (¿Puede decirme...?).

Los verbos modales **could**, **may** y el condicional **would** son herramientas imprescindibles en la comunicación formal con el cliente, tanto oral como escrita. Las estructuras formales utilizadas habitualmente en la comunicación comercial están formadas por verbos modales que se emplean para realizar preguntas indirectas formales.

De esta manera, en lugar de preguntar directamente al cliente con la estructura (partícula interrogativa) + auxiliar + sujeto + verbo, la pregunta se hace

más respetuosa y formal. Por ello, nunca se abordará al cliente de esta forma: **Which one do you want?** (¿Cuál quieres?). En su lugar se utilizará, por ejemplo, **Excuse me Sir, could you tell me which one you want?** (Discúlpeme señor, ¿podría decirme cuál quiere?).

Para expresar formalmente una duda o solicitar información se emplean las preguntas indirectas. En el contexto comercial se utilizará este tipo de estructuras gramaticales, tanto en la comunicación oral como en la escrita, y para ello existen numerosas expresiones fijas.

En el caso de la introducción de preguntas indirectas, la primera parte de la estructura se mantiene: auxiliar + sujeto + verbo. Pero la segunda cláusula seguirá siempre el orden que normalmente se emplea para frases afirmativas y negativas y se suprimirá el auxiliar, ya que no puede haber dos auxiliares en una misma pregunta.

Ejemplo

Pregunta directa: *What do you need?* (¿Qué necesita?).

Pregunta indirecta: *Would you mind telling me what you need?* (¿Le importaría decirme lo que necesita?).

Pregunta directa: *Why does this company sell electronic items?* (¿Por qué esta empresa vende aparatos electrónicos?).

Pregunta indirecta: *May I ask you why this company sells electronic items?* (¿Podría preguntarle por qué esta empresa vende aparatos electrónicos?).

Se tendrá en cuenta que, dado que no existe ninguna partícula interrogativa específica que pregunte por algún dato en concreto, siempre que la pregunta directa empiece por el auxiliar, en la indirecta se utilizará la partícula condicional *if*.

Ejemplo

Pregunta directa: *Does this company sell electronic items?* (¿Esta empresa vende aparatos electrónicos?).

Pregunta indirecta: *May I ask you if this company sells electronic items?* (¿Podría preguntarle si esta empresa vende aparatos electrónicos?).

Algunas expresiones fijas que se pueden utilizar a la hora de introducir preguntas indirectas en el registro formal oral y escrito son: **Would you mind telling me...?** (¿Le importaría decirme...?), **Can I ask you...?** (¿Puedo preguntarle...?), **Could I know...?** (¿Podría saber...?), **Would you have any idea...?** (¿Tendría idea de...?) y **Would it be possible...?** (¿Sería posible...?).

A continuación se incluye un ejemplo de conversación formal en la que se distinguen algunas de estas fórmulas habituales utilizadas para introducir preguntas indirectas:

Employee: Good morning, Sir, how can I help you?

Customer: Good morning, I was thinking about getting a new suit for work. **Would you have** something that I could wear daily for an economic price?

Employee: Sure thing, Sir. **May I ask** you what size you use?

Customer: Yes, I usually wear size 42. But it would be great if I could also try on size 40.

Employee: Certainly, Sir. **Would you mind telling me** what colour you usually wear for work?

Customer: Actually, it doesn't matter; **I would like to** get an elegant one.

Employee: Right away, Sir. I'll be right back.

Empleado: Buenos días, señor, ¿en qué puedo ayudarle?

Cliente: Buenos días, estaba pensando en comprar un traje nuevo para el trabajo. ¿**Tendría** algo que pudiera llevar diariamente por un precio razonable?

Empleado: Por supuesto, señor. ¿**Me podría** decir la talla que usa?

Cliente: Sí, normalmente llevo la 42. Pero sería perfecto si pudiera probarme también la 40.

Empleado: Por supuesto, señor. ¿**Le importaría decirme** de qué color viste normalmente para el trabajo?

Cliente: En realidad no importa, **me gustaría** comprar algo elegante.

Empleado: Enseguida, señor. Vuelvo ahora mismo.

Por norma general, el registro informal oral no se suele utilizar con clientes o consumidores, ya que se rompería la cordialidad y formalidad que por defecto se debe mantener siempre en la comunicación comercial.

Sin embargo, en situaciones en las que la relación entre comercial y cliente ya es habitual y existe cierto grado de confianza entre las dos partes, se podría dar lugar a diálogos como el que se expone a continuación:

Employee: Hello, Mark, I haven't seen you in a long time!

Customer: Indeed, I've been really busy these days.

Employee: Well, what brings you here

Empleado: Hola, Mark. ¡Hace tiempo que no te veo!

Cliente: ¡Vaya! He estado muy ocupado estos días.

Empleado: Bueno, ¿qué te trae por aquí

today, can I help you with anything?	hoy? ¿Puedo ayudarte en algo?
Customer: Yes, I'm looking for a suit, I need it for work. But something not very expensive, okay?	Cliente: Sí, estoy buscando un traje, lo necesito para el trabajo. Pero algo no muy caro, ¿vale?
Employee: I'll do my best! What size do you wear?	Empleado: ¡Haré lo que pueda! ¿Qué talla utilizas?
Customer: I think it's 42, but please bring a size 40 as well because I want to try them on both.	Cliente: Creo que la 42, pero tráeme también la 40 porque me quiero probar las dos.
Employee: Any colour in special?	Empleado: ¿Algún color en especial?
Customer: Whatever, it doesn't matter.	Cliente: El que sea, no hay problema.

En esta ocasión se puede comprobar cómo la estructura formal y el decoro de las preguntas formales como **Would you mind telling me what colour you usually wear for work?** (¿Le importaría decirme qué color lleva generalmente para trabajar?) dejan paso a un diálogo mucho más ameno y relajado que viene representado por preguntas directas y simples como **Any colour in special?** (¿Algún color en especial?), que incluso omite la correcta estructura de la pregunta inglesa, dando lugar a estructuras más informales.

En las comunicaciones escritas de carácter formal (principalmente cartas comerciales en forma de correo electrónico que se remiten a los clientes o consumidores) se podrán utilizar de nuevo las mismas expresiones del registro oral formal. Destaca el uso de enunciados de cortesía a la hora de aportar la información que se quiera transmitir al lector.

El comercial deberá identificar también la estructura utilizada habitualmente en la correspondencia comercial. En primer lugar, para escribir una carta comercial nunca se debe olvidar iniciar el texto con un saludo adecuado, utilizando el tratamiento que convenga.

De esta manera, si el emisor conoce al receptor al que se le transmite la información, se pueden utilizar expresiones como **Dear Mr. Robinson** o **Dear Ms. Robinson**. Por el contrario, si se da el caso de que se desconoce el receptor, se pueden emplear fórmulas como **Dear Sir, Dear Madam, Dear customer** o **To whom it may concern** (a quien corresponda).

En segundo lugar, una vez iniciada la carta comercial, se redactará una pequeña introducción formal que describa brevemente el motivo por el que se escribe. Será el lugar en el que el emisor se identificará como individuo o entidad.

Ejemplo

We are a company dedicated to the production of screen protectors and we are writing to let you know our new star product (Somos una compañía dedicada a la producción de protectores de pantalla y le escribimos para presentarle nuestro nuevo producto estrella).

Inmediatamente después se iniciará una tercera parte en la que se abordará con más profundidad la razón por la que se está escribiendo para formar así el cuerpo o desarrollo de la carta comercial.

En cuarto lugar, se concluirá la carta con un cierre formal en forma de despedida en el que, por lo general, se mostrará al cliente la satisfacción de haber mantenido contacto y el deseo de volver a hacerlo en un futuro.

Por último, el emisor se despedirá con alguna de las expresiones fijas y se escribirá el nombre completo de la persona que redacta la carta, así como el cargo que ocupa dentro de la empresa o institución desde la que se envía.

Ejemplo

We are looking forward to hearing from you again. Regards, (Esperamos recibir pronto noticias de ustedes. Saludos).
Michael Phillips,
Human Resources Manager (Responsable de Recursos Humanos).

En la siguiente tabla se incluyen algunas de las expresiones más comunes para cada una de las partes que conforman una carta comercial formal:

Expresiones de comunicación escrita formal		
Saludo e introducción	Cuerpo	Despedida
I'm writing to enquire about... (Escribo para preguntar...)	We would be satisfied if you... (Nos complacería si usted...)	We look forward to hearing from you again very soon... (Esperamos saber de usted en breve...)

I regret to inform you that... (Siento informarle de que...)	Could you please send us...? (¿Podría por favor enviarnos...?)	We are at your disposal for... (Estamos a su disposición para...)
We are pleased to inform you that... (Estamos encantados de informarle de que...)	Would you mind sending us...? (¿Le importaría enviarnos...?)	If you may need any further information... (Si necesita alguna información adicional...)
We would like to remind you that... (Nos gustaría recordarle que...)	We have taken into consideration... (Hemos considerado...)	We hope to have contact with you shortly... (Esperamos contactar con usted en breve...)
With reference to your letter of... (En referencia a su carta con fecha...)	We acknowledge the fact that... (Reconocemos el hecho de que...)	Thank you very much in advance for... (Gracias de antemano por...)
In response to your letter of... (En respuesta a su carta con fecha...)	Enclosed you will find some of the information that you requested... (Adjunta encontrará la información que solicitó...)	Yours sincerely, (Atentamente)
In compliance with your request... (De acuerdo con su petición...)		Yours faithfully, (Atentamente)
In reply to your letter... (En respuesta a su carta...)	May I take this chance to remind you that... (Permítame recordarle que...)	Regards, (Un saludo)
Thank you for your letter of... (Gracias por su carta con fecha...)		Best, (Un cordial saludo)

Además, cabe mencionar que en las cartas formales la colocación de los datos personales del reclamante y del destinatario se considera también muy importante. En el contexto anglosajón, dicha información se situará al principio de la carta: se escribe primero el nombre y la dirección del emisor seguido del nombre y de la dirección del receptor. Dichos bloques se podrán separar por la fecha en la que se emite dicha carta.

A continuación, se detalla una carta comercial con la estructura obligatoria y las partes que se deberán incluir en cada momento, además de las expresiones formales que se aconseja utilizar cuando se establece una comunicación comercial escrita y formal con un cliente o consumidor.

Clothes&More
Avda. Juan Benavente, 2
28901 Córdoba
Spain

Clothes&More
Avda. Juan Benavente, 2
28901 Córdoba
España

April 25th

25 de abril

John Phillips
26 Burlington Street
05813 Manchester, UK

John Phillips
26 Burlington Street
05813 Manchester, Reino Unido

Dear Mr. Phillips,

Estimado Sr. Phillips:

We are very pleased to inform you that your order has been delivered on April 25th at 12:30 p.m., so you will probably receive a package within a period of 3 days from today. **We would also like to** let you know that we already have the new autumn promotion coming out, **would you mind telling me** if you need any other products from our new promotion?

Nos complace informarle de que su pedido ha sido enviado el 25 de abril a las 12:30 p.m., por lo que probablemente recibirá un paquete en un periodo máximo de 3 días desde hoy. **También nos gustaría** hacerle saber que ya disponemos de la nueva promoción de otoño; **¿le importaría comunicarnos** si necesita algún otro producto de nuestra nueva colección?

Enclosed you will find some of the information you requested, as well as our new brochure.

Adjunta encontrará la información que solicitó, como también nuestro nuevo folleto promocional.

If you need any further information, please let us know. **Looking forward to hearing from you again.**

Si necesita alguna otra información, por favor, háganoslo saber. **Esperamos volver a saber de usted en breve.**

Regards,

Atentamente,

Matias Wallace
Head of Sales Department

Matias Wallace
Director del Departamento de ventas

Es imprescindible diferenciar las estructuras más formales de las informales utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial. En contraposición a lo visto anteriormente en las cartas comerciales, el registro escrito informal adquiere un tono mucho más distendido y familiar.