

Lengua extranjera profesional para la gestión administrativa en la relación con el cliente

Teresa de la Cruz Zurita Báez

Lengua extranjera profesional para la gestión administrativa en la relación con el cliente

Autora: Teresa de la Cruz Zurita Báez

Reservados todos los derechos de publicación en cualquier idioma.

Según el Código Penal vigente, ninguna parte de este o cualquier otro libro puede ser reproducida, grabada en alguno de los sistemas de almacenamiento existentes o transmitida por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro, sin autorización previa y por escrito del propietario del copyright. Su contenido está protegido por la Ley vigente, que establece penas de prisión y/o multas a quienes intencionadamente reprodujeren o plagiaran, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica.

ISBN: 978-84-8364-698-4
Depósito Legal: MA-2164-2011

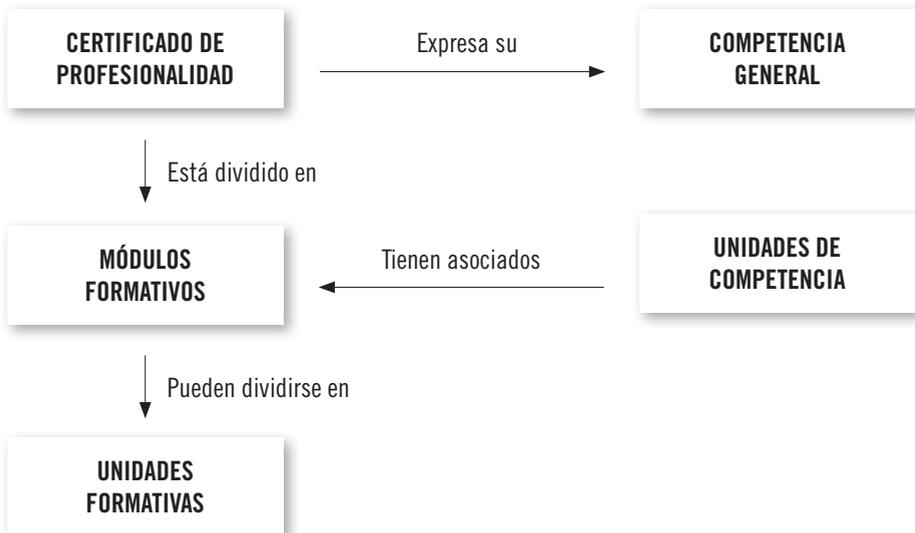
Presentación del manual

El **Certificado de Profesionalidad** es el instrumento de acreditación, en el ámbito de la Administración laboral, de las cualificaciones profesionales del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales adquiridas a través de procesos formativos o del proceso de reconocimiento de la experiencia laboral y de vías no formales de formación.

El elemento mínimo acreditable es la **Unidad de Competencia**. La suma de las acreditaciones de las unidades de competencia conforma la acreditación de la competencia general.

Una **Unidad de Competencia** se define como una agrupación de tareas productivas específica que realiza el profesional. Las diferentes unidades de competencia de un certificado de profesionalidad conforman la **Competencia General**, definiendo el conjunto de conocimientos y capacidades que permiten el ejercicio de una actividad profesional determinada.

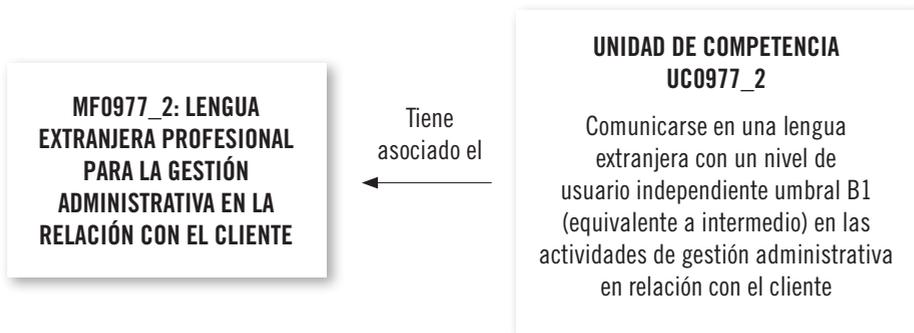
Cada **Unidad de Competencia** lleva asociado un **Módulo Formativo**, donde se describe la formación necesaria para adquirir esa **Unidad de Competencia**, pudiendo dividirse en **Unidades Formativas**.



El presente manual desarrolla el Módulo Formativo **MF0977_2: Lengua extranjera profesional para la gestión administrativa en la relación con el cliente,**

asociado a la unidad de competencia **UC0977_2: Comunicarse en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente umbral B1 (equivalente a intermedio) en las actividades de gestión administrativa en relación con el cliente,**

del Certificado de Profesionalidad **Actividades administrativas en la relación con el cliente**



FICHA DE CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD		
(ADGG0208) ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS EN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE (-/-/-/----)		
<p>COMPETENCIA GENERAL: Realizar las operaciones de recepción y apoyo a la gestión administrativa derivada de las relaciones con el público o cliente, interno o externo, con calidad de servicio, dentro de su ámbito de actuación y responsabilidad, utilizando los medios informáticos y telemáticos, y en caso necesario, una lengua extranjera, y aplicando los procedimientos internos y la normativa vigente</p>		
<p>Cualificación profesional de referencia</p> <p>ADG307_2 ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS DE RECEPCIÓN Y RELACIÓN CON EL CLIENTE</p> <p>(RD 1077/2008 de 1. de febrero)</p>	Unidades de competencia	
	UC0975_2:	RECEPCIONAR Y PROCESAR LAS COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS
	UC0976_2:	Realizar las gestiones administrativas del proceso comercial
	UC0973_1:	Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia
	UC0978_2:	Gestionar el archivo en soporte convencional e informático
	UC0977_2:	Comunicarse en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente umbral B1 (equivalente a intermedio) en las actividades de gestión administrativa en relación con el cliente
	UC0233_2:	Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación.
		<p>Ocupaciones o puestos de trabajo relacionados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Telefonista-Recepcionista de oficina • Telefonista • Empleado administrativo de servicios de almacenamiento y recepción • Recepcionista en establecimientos distintos de oficinas, en general • Azafata de información • Operador - grabador de datos en ordenador • 4400 Auxiliar administrativo con tareas de atención al público no clasificados anteriormente • Auxiliar de apoyo administrativo a la gestión de compra y/o venta • Auxiliar administrativo comercial • Auxiliar de control e información

Correspondencia con el Catálogo Modular de Formación Profesional		Horas U.F.
Módulos certificado	Unidades formativas	
MF0975_2: Técnicas de recepción y comunicación		90
MF0976_2: Operaciones administrativas comerciales	UF0349: Atención al Cliente en el Proceso Comercial	40
	UF0350: Gestión Administrativa del Proceso Comercial	80
	UF0351: Aplicaciones Informáticas de Gestión Comercial	40
MF0973_1: Grabación de datos		90
MF0978_2: Gestión de Archivos		60
MF0977_2: Lengua extranjera profesional para la gestión administrativa en la relación con el cliente		90
MF0233_2: OFIMÁTICA	UF0319: Sistema Operativo, Búsqueda de la Información: Internet/Intranet y Correo Electrónico	30
	UF0320: Aplicaciones Informáticas de Tratamiento de Textos	30
	UF0321: Aplicaciones Informáticas de Hojas de Cálculo	50
	UF0322: Aplicaciones Informáticas de Bases de Datos Relacionales	50
	UF0323: Aplicaciones Informáticas para Presentaciones: Gráficas de Información	30
MP0079: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Actividades Administrativas en la Relación con el Cliente		120

Bloque 1

Utilización básica de una lengua extranjera en la recepción y relación con el cliente

*Basic Use of a Foreign Language in
client reception and relationships*

Unit 1

Conocimientos básicos / Basic knowledge

1. Introducción / Introduction	15
2. Conceptos básicos / Basic concepts	15
3. Saludos / Greetings	27
4. Presentaciones / Introducing people	29
5. Despedidas / Saying goodbye	36
6. Tratamientos de cortesía habituales / Common expressions of courtesy	38
7. Comunicación telefónica / On the phone	41
8. Descripción y aspectos fonológicos de la recepción y relación con el cliente / Description of phonetical aspects in the Reception of and Relationship with clients	46
9. Resumen / Summary	47
Ejercicios de repaso y autoevaluación	49

Unit 2

Normas y hábitos básicos en las relaciones humanas y socioprofesionales /

Basic rules and habits in human and professional relationships

1. Introducción / Introduction	53
2. Normas y hábitos básicos / Basic rules and habits	53
3. Resumen / Summary	62
Ejercicios de repaso y autoevaluación	63

Unit 3

Convenciones y pautas de cortesía / *Conventions and courtesy guidelines*

1. Introducción / <i>Introduction</i>	67
2. Relaciones y pautas profesionales / <i>Professional relationships and guidelines</i>	67
3. Horarios / <i>Timetables</i>	71
4. Fiestas locales y profesionales / <i>Local and professional holidays</i>	79
5. Adecuación al lenguaje no verbal / <i>Non-verbal language</i>	82
6. Resumen / <i>Summary</i>	87
Ejercicios de repaso y autoevaluación	89

Unit 4

Presentación de personas / *Introducing people*

1. Introducción / <i>Introduction</i>	93
2. Saludos e identificación de los interlocutores / <i>Greetings and Identification of speakers</i>	93
3. Resumen / <i>Summary</i>	101
Ejercicios de repaso y autoevaluación	105

Unit 5

Recepción y transmisión de mensajes en distintos soportes / *Different ways to receive and transmit messages*

1. Introducción / <i>Introduction</i>	107
2. Comunicación presencial / <i>Communication in person</i>	107
3. Comunicación telefónica / <i>Communication on the phone</i>	118
4. Comunicación telemática / <i>Telematic communication</i>	122
5. Resumen / <i>Summary</i>	126
Ejercicios de repaso y autoevaluación	129

Unit 6

Peticiones sencillas de información / *Simple information requests*

1. Introducción / <i>Introduction</i>	133
2. Pautas para la petición de información / <i>Some guidelines on simple requests</i>	133
3. Estructura de las cartas comerciales / <i>Structure of Business letters</i>	135
4. Respuesta a peticiones de información / <i>Answers to inquiries</i>	138
5. Presente continuo / <i>Present continuous tense</i>	141
6. Resumen / <i>Summary</i>	143
Ejercicios de repaso y autoevaluación	145

Unit 7

La comunicación formal e informal en la recepción y relación con el cliente /

Formal and informal communication when receiving and dealing with a client

1. Introducción / Introduction	149
2. Estilos comunicativos formales / Formal Communication Styles	149
3. Estilos comunicativos informales / Informal Communication Styles	154
4. Resumen / Summary	161
Ejercicios de repaso y autoevaluación	163

Unit 8

Elaboración de dosieres y material promocional /

Preparing Company Information and Promotional Material

1. Introducción / Introduction	167
2. Pautas en la elaboración de dosieres y material promocional / <i>Guidelines for Preparing Company Information and Promotional Material</i>	167
3. Consejos básicos en la elaboración de material promocional / <i>Basic Advice for Preparing Promotional Material</i>	172
4. Elaboración de trípticos y dípticos / Making triptychs and diptychs	174
5. Resumen / Summary	177
Ejercicios de repaso y autoevaluación	179

Bloque 2

**Comunicación en la atención al cliente y
tratamiento de quejas y reclamaciones**

Customer Service Communication and

Handling Complaints and Claims

Unit 1

**Comunicación básica en la atención al cliente y tratamiento de quejas y
reclamaciones / Basic Customer Service Communication and Handling**

Complaints and Claims

1. Introducción / Introduction	185
2. Vocabulario y léxico básico / Vocabulary and basic lexicon	186
3. Recursos y estructuras lingüísticas / Resources and linguistic structures	189
4. Aspectos fonológicos / Phonological aspects	191
5. Tratamiento de quejas y reclamaciones en la atención al cliente telefónica, presencial y telemática / Handling client complaints and claims by phone, in person and online	192
6. Acciones en pasado en afirmativa / Past actions in the affirmative	199
7. Resumen / Summary	201
Ejercicios de repaso y autoevaluación	205

Unit 2

Técnicas en la atención al cliente, quejas y reclamaciones /

Customer Service Techniques, Complaints and Claims

1. Introducción / Introduction	209
2. Frases hechas y giros / Set phrases and linguistic turns	209
3. Convenciones / Conventions	216
4. Pautas de cortesía / Courtesy guidelines	220
5. Resumen / Summary	225
Ejercicios de repaso y autoevaluación	229

Unit 3

Intercambio de información oral o telefónica en la organización /

Exchange of information orally or on the phone

1. Introducción / Introduction	233
2. Estructuración del discurso / Speech Structure	233
3. Formulación de preguntas y respuestas / Forming questions and answers	236
4. Actitudes básicas / Basic attitudes	248
5. Resumen / Summary	251
Ejercicios de repaso y autoevaluación	255

Unit 4

Presentación de productos y servicios / Product and Service Characteristics

1. Introducción / Introduction	259
2. Características de productos y servicios / <i>Product and service characteristics</i>	260
3. Resumen / Summary	284
Ejercicios de repaso y autoevaluación	287

Unit 5

Argumentación de condiciones de venta o compra y logros de objetivos /

Sales and Purchasing Arguments and Achieving Business Objects

1. Introducción / Introduction	291
2. ¿Qué es un buen argumento? / What is a good sales argument?	291
3. Resumen / Summary	301
Ejercicios de repaso y autoevaluación	305

Unit 6

Estrategias de verificación en la atención de quejas y reclamaciones /

Checking Strategies when dealing with Complaints and Claims

1. Introducción / Introduction	309
2. Solicitud de aclaraciones o repeticiones / <i>Requesting clarification or repetition</i>	309

3. Confirmación de significados o reformulación de una comunicación / <i>Confirmation of Meaning or Recapitulation</i>	314
4. Resumen / Summary	321
Ejercicios de repaso y autoevaluación	323

Unit 7

Planificación de agendas / Diary Planning

1. Introducción / Introduction	327
2. Diferentes tipos de agendas / Different Types of Diary	327
3. Concierto, aplazamiento y anulación de citas / Arranging Rescheduling, and Cancelling of Appointments	328
4. Recopilación de información socioprofesional para la gestión de la agenda / Information Compilation for Diary Planning	336
5. Resumen / Summary	346
Ejercicios de repaso y autoevaluación	349

Unit 8

Documentación en la atención al cliente / Customer Service Documentation

1. Introducción / Introduction	353
2. Cumplimentación de documentos en la atención al cliente y tratamiento de quejas y reclamaciones / Completion of Customer Service Documentation and Handling of Complaints and Claims	353
3. Resumen / Summary	361
Ejercicios de repaso y autoevaluación	363

Bloque 3

**Comunicación en la atención al cliente y
tratamiento de quejas o reclamaciones**

*Customer Service Communication and
Handling of Complaints and Claims*

Unit 1

Documentación administrativa y comercial /

Commercial and Administrative Documentation

1. Introducción / Introduction	369
2. Recursos / Resources	370
3. Vocabulario y léxico básico / Basic lexicon	373
4. Estructuras lingüísticas / Linguistic structures	376
5. Soportes utilizados: fax, correo electrónico, carta u otros análogos / Media used: Fax, Mail, Letter and other similar	377
6. Resumen / Summary	383
Ejercicios de repaso y autoevaluación	387

Unit 2

Convencionalismos en la documentación administrativa y comercial /

Administrative and Commercial Documentation Practice

1. Introducción / Introduction	391
2. Convenciones y pautas de cortesía / Conventions and courtesy guidelines	391
3. Relaciones y pautas profesionales / Professional relationships	398
4. Resumen / Summary	403
Ejercicios de repaso y autoevaluación	405

Unit 3

La comunicación formal e informal en la elaboración de documentos /

Formal and informal communication when preparing documents

1. Introducción / Introduction	409
2. Estructura y fórmulas habituales formales e informales en la elaboración de documentos administrativos y comerciales / Structure and Common Formal and Informal methods in the preparation of Administrative and Commercial Documents	410
3. Resumen / Summary	415
Ejercicios de repaso y autoevaluación	417

Unit 4

Interpretación y traducción de documentación e información /

Interpretation and translation of documents and information

1. Introducción / Introduction	421
2. Traducción de textos sencillos / Translation of simple texts	422
3. Resumen / Summary	430
Ejercicios de repaso y autoevaluación	431

Unit 5

Cumplimentación de documentos administrativos y comerciales /

Completion of Administrative and Commercial Documentation

1. Introducción / Introduction	435
2. Correspondencia comercial / Commercial Correspondence	436
3. Cartas de solicitud de información / Letters Requesting Information	443
4. Resumen / Summary	447
Ejercicios de repaso y autoevaluación	449

Unit 6

Documentación comercial / Business documents

1. Introducción / Introduction	453
2. Documentación de compraventa, presupuestos y pedidos / Sales and Purchase Documents, Quotations and Orders	453
3. Resumen / Summary	470
Ejercicios de repaso y autoevaluación	473

Unit 7

Elaboración de presentaciones de carácter administrativo o comercial /

Preparation of Commercial and Administrative Presentations

1. Introducción / Introduction	477
2. Elaboración de presentaciones en distintos soportes / <i>Preparation of Presentations using Different Media</i>	478
3. Resumen / Summary	484
Ejercicios de repaso y autoevaluación	487
 Bibliografía	 489

Bloque 1

**Utilización básica de una lengua
extranjera en la recepción y
relación con el cliente /**

*Basic Use of a Foreign Language in
Client Reception and Relationships*

Contenido

1. Conocimientos básicos / *Basic knowledge*
2. Normas y hábitos básicos en las relaciones humanas y socioprofesionales / *Basic rules and habits in human and professional relationships*
3. Convenciones y pautas de cortesía / *Conventions and courtesy guidelines*
4. Presentación de personas / *Introducing people*
5. Recepción y transmisión de mensajes en distintos soportes / *Different ways to receive and transmit messages*
6. Peticiones sencillas de información / *Simple request*
7. La comunicación formal e informal en la recepción y relación con el cliente / *Formal and informal communication when receiving and dealing with a client*
8. Elaboración de dossieres y material promocional / *Making a company profile and promotional material*

Unit 1

Conocimientos básicos

Basic knowledge



Contenido

1. Introducción / *Introduction*
2. Conceptos básicos / *Basic concepts*
3. Saludos / *Greetings*
4. Presentaciones / *Introducing people*
5. Despedidas / *Saying Goodbye*
6. Tratamientos de cortesía habituales / *Common Expressions of Courtesy*
7. Comunicación telefónica / *On the phone*
8. Descripción y aspectos fonológicos de la recepción y relación con el cliente / *Description of Phonetical aspects in the Reception of and Relationship with clients*
9. Resumen / *Summary*



1. Introducción / Introduction

La importancia de la lengua inglesa y de su dominio se ha convertido en las últimas décadas en algo imprescindible para nuestra vida diaria.

Su uso se extiende cada vez más y se emplea en casi todas las áreas del conocimiento y del desarrollo humano. Sin lugar a dudas, el inglés se ha convertido en la *lingua franca*, una gran lengua internacional que supone la base de la comunicación. Incluso se ha llegado a decir que quien no domina esta lengua está en clara desventaja con respecto a otros profesionales o empresas del sector.

Según un reciente informe del British Council, la lengua inglesa es hablada en 75 territorios en todo el mundo como lengua oficial, y se estima que para el año 2020 unos 2.200 millones de personas usarán esta lengua como segundo idioma.

Gracias a todos los avances tecnológicos y telemáticos es más fácil para nuestras empresas expandirse en el extranjero y establecer relaciones profesionales fuera de nuestras fronteras. De hecho, podría decirse que la globalización y la rápida internacionalización que ha experimentado nuestra sociedad en las últimas décadas casi nos obligan a dominar esta lengua, ya que se ha convertido en una herramienta esencial en el mundo empresarial.

2. Conceptos básicos / Basic concepts

El dominio de una lengua extranjera como es el inglés no se basa únicamente en poseer conocimientos sobre vocabulario, tiempos verbales o estructuras lingüísticas de mayor o menor complejidad. El uso de expresiones adecuadas -conocidas en inglés como *functions*- facilitará nuestras relaciones con clientes extranjeros.

A lo largo de este manual presentaremos las estructuras más apropiadas que son usadas normalmente por hablantes anglosajones en sus relaciones personales y profesionales. En este primer capítulo nos centraremos en esas

estructuras que normalmente se usan para saludar a clientes, para presentarnos a nosotros mismos y a otras personas y para despedirnos de forma correcta.

Como veremos un poco más adelante, el uso de un registro apropiado -formal o informal-, dependiendo de la situación en la que nos encontremos y de la relación que exista entre los interlocutores, va a determinar el uso de unas estructuras u otras. Este aspecto debe ser tenido siempre en consideración: si el registro que usamos no es el adecuado, podemos parecer rudos o groseros en algunas situaciones formales si nuestro lenguaje es demasiado coloquial y, por el contrario, demasiado pedantes si nuestra relación con el cliente es familiar y usamos un registro excesivamente culto.

Antes de comenzar con los puntos mencionados anteriormente, es siempre recomendable refrescar esos conocimientos básicos que nos ayudarán a forjar estructuras más complejas más adelante.

El alfabeto / *The alphabet*

Como podemos ver, el alfabeto inglés se parece bastante al castellano, aunque hay varias letras que no existen, como la “ll” o la “ñ”.



1. Lee y escucha cómo se pronuncian las letras del alfabeto en inglés.

Aa [ei]	Bb [bi:]	Cc [si:]	Dd [di:]	Ee [i:]	Ff [ef]	Gg [dʒi:]	Hh [eitʃ]	Ii [ai]	Jj [dʒei]	Kk [kei]	Ll [el]	Mm [em]
Nn [en]	Oo [əʊ]	Pp [pi:]	Qq [kju:]	Rr [ar]	Ss [es]	Tt [ti:]	Uu [ju:]	Vv [vi:]	Ww [dʌbəlju:]	Xx [eks]	Yy [wɪ]	Zz [zed]

- Siempre que en fonética una vocal va seguida de : su pronunciación es larga, es decir, se pronuncia como si hubiese la misma vocal dos veces.
- El símbolo dʒ representa un sonido parecido a nuestra “ll”.
- El símbolo tʃ es parecido a nuestra “ch”, pero más suave.

Verdadero o falso / True or false

7. Lee de nuevo el ejemplo de memorando anterior y marca las siguientes frases como verdaderas (true) o falsas (false).

- a. Mr. Carpenter didn't know anything about the meeting.
- b. Mrs. Kerner works for the same company as Mr. Carpenter and Mr. Kepler.
- c. The purpose is to remind you of the new date and time of the meeting.
- d. They should send her some information before the meeting.

3. Comunicación telefónica / *Communication on the phone*

La mayoría de las comunicaciones que mantengamos con nuestros clientes se van a desarrollar vía telefónica por la inmediatez de respuesta que este medio nos ofrece. La recepción y transmisión de mensajes por este medio o soporte se hace aún más difícil al no tener presente al interlocutor y no tener ayuda de la información que normalmente percibimos por ese lenguaje no verbal que tan útil nos es cuando nos comunicamos en una lengua extranjera. Otros posibles problemas pueden ser el ruido de fondo, interferencias, líneas cruzadas, etc. Deberemos, por tanto, prestar especial atención a esos mensajes para poder reproducirlos con exactitud.

Repasaremos en esta sección las formas más habituales para pedir la aclaración o repetición de datos que por cualquier motivo no nos han quedado claros, como *"Can/could you spell it, please?"*; *"Can you repeat, please?"*; *"I'm sorry, I can't hear you very well"*, etc.

Sin embargo, hay circunstancias en las que es difícil captar un nombre/apellido/referencia de un artículo/número de una factura en cuestión, etc. Debemos pedir siempre al interlocutor que nos lo deletree para ser exactos en la transmisión del mensaje.

Hay ocasiones en las que la calidad del sonido no es del todo buena y no llegamos a entender bien al interlocutor. En esos casos, es habitual usar el

sistema internacional de aviación y, debido a su uso generalizado, debemos tener conocimiento del mismo.

A for Alpha	N for November
B for Bravo	O for Oscar
C for Charlie	P for Papa
D for Delta	Q for Quebec
E for Echo	R for Romeo
F for Foxtrot	S for Sierra
G for Golf	T for Tango
H for Hotel	U for Uniform
I for India	V for Victor
J for Juliet	W for Whiskey
K for Kilo	X for X-ray
L for Lima	Y for Yankee
M for Mike	Z for Zulu

¿Podría deletrearlo, por favor? / Can you spell it, please?

8. Deletrea las siguientes palabras usando el sistema de aviación internacional.

- Birmingham: _____
- Yveline: _____
- Dominick: _____
- Wolfgang: _____
- Jacques: _____



9. Veamos ahora un ejemplo de cómo se recogen y se transmiten los mensajes de nuestros clientes por vía telefónica. Presta especial atención a las estructuras en negrita.

Dialogue one. Reception of the message

- **S:** Northern Ireland Corporation. Good morning.
- **C:** Good morning. Could I speak to Mr. Hamilton, please?
- **S:** Who shall I say is calling?
- **C:** It's Mrs. Taylor from Norton and Cambridge Co.
- **S:** Hold on a moment, please. **I will put you through.**
- ...
- **S:** Excuse me.
- **C:** Yes, I am here.
- **S:** **Sorry to keep you waiting.** Mr. Hamilton is speaking on the other line. **Would you like to leave a message?**
- **C:** Please, **tell him to phone me back** as soon as possible to discuss new methods of payment.
- **S:** May I have your phone number, please?
- **C:** Yes, sure. It's 734 920 036.
- **S:** May I have your name, please?
- **C:** That's Yveline Taylor.
- **S:** I'm sorry. It is a very bad line. Could you spell it, please?
- **C:** Yes, of course. It is Y for Yankee, V for Victor, E for Echo, L for Lima, I for India, N for November and E for Echo.
- **S:** That's right. Thank you very much. **I will pass him your message as soon as possible.**
- **C:** Thank you very much.

VOCABULARY KIT

Algunas estructuras destacadas son las siguientes:

- **I will put you through.**
Le paso.
- **Sorry to keep you waiting.**
Siento la espera.
- **Would you like to leave a message?**
¿Querría dejar un mensaje?
- **Tell him to phone me back.**
Dígale que me llame.
- **I will pass your message on to him as soon as possible.**
Le pasaré su mensaje tan pronto como sea posible.

Dialogue two. Transmission of the message

- **S:** Mr. Hamilton, Mrs. Yveline Taylor called this morning. **She wants you to phone her back as soon as possible** to discuss new payment methods.
- **Mr. Hamilton:** I see.
- **S:** **Do you want me to call her back?**
- **Mr. Hamilton:** Let me talk to the Accountant Manager first.
- **S:** Yes, sir. **Do you want me to put you through to him?**
- **Mr. Hamilton:** Yes, please.

VOCABULARY KIT

Algunas estructuras destacadas cuando transmitamos un mensaje son las siguientes:

- **He / she wants you to...**
Él / ella quiere que usted...

Siempre ofreceremos la posibilidad de contactar con la persona:

- **Do you want me to call her back?**
¿Quiere que lo llame?
- **Do you want me to put you through to him?**
¿Quiere que le pase con él?
- **Do you want me to contact him / her?**
¿Quiere que contacte con él / ella?

¿Qué dirías? / What would you say?

10. ¿Qué dirías en las siguientes situaciones? Usa estructuras relacionadas con la recepción y transmisión de mensajes por teléfono.

- a. Hay muchas interferencias y no puedes oír al cliente con claridad. Necesitas que te repita la información.
- b. Pides que el cliente se mantenga a la espera mientras le pasas la llamada.
- c. Pides disculpas al cliente por haberle hecho esperar al teléfono.
- d. Pides disculpas e informas de que la persona con la que desea hablar no está.
- e. Sugerimos coger un mensaje.
- f. Transmites el siguiente mensaje a tu jefe: “El Sr. Pérez llamó esta mañana. A él le gustaría que usted lo llamase de nuevo para discutir la nueva campaña publicitaria”.

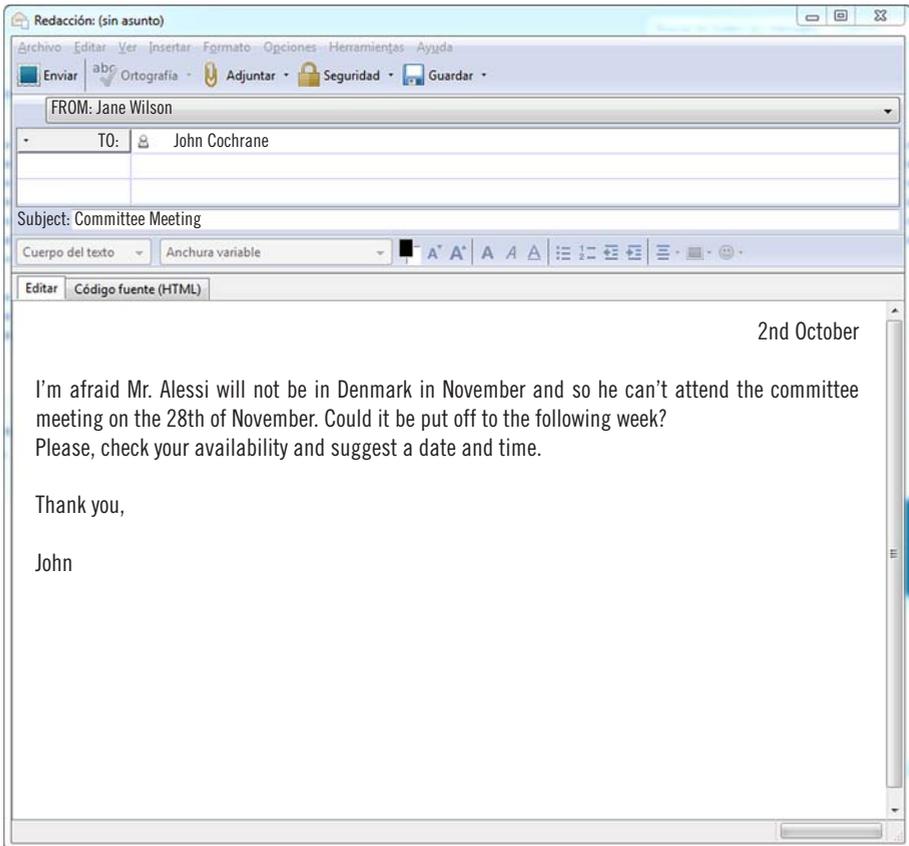
4. Comunicación telemática / *Telematic communication*

Sin duda, los avances tecnológicos y telemáticos han supuesto una revolución en las relaciones profesionales con nuestros clientes.

La comunicación por correo electrónico ha invadido nuestras vidas y ha llegado a ser el principal y más habitual medio de comunicación en el mundo empresarial.

La mayor ventaja que proporciona es la posibilidad de respuesta inmediata como el teléfono, pero sin esas dificultades que encontramos cuando no nos es posible ver al interlocutor. Por todo ello, poco a poco la comunicación telemática está sustituyendo a otros medios de comunicación, como la correspondencia convencional y el uso del fax.

Veamos ahora un *e-mail*, sus partes y cómo se distribuye la información en él.



Consejo

Aunque el lenguaje que usamos con nuestros clientes debe ser siempre cuidado y educado, en los correos electrónicos es recomendable que el lenguaje sea menos formal y más preciso y directo.



Enviando y recibiendo un correo electrónico / Sending and receiving an e-mail

11. Contesta ahora las siguientes preguntas.

- a. Who sends the e-mail?
- b. To whom is it sent?
- c. When is it sent?
- d. Why is it sent?

Envía un correo electrónico / Send an e-mail

12. Imagina que tu jefe, el Sr. Pérez, te pide que te pongas en contacto con el Sr. Carter, uno de sus clientes. Quiere que le informes de que su mercancía será enviada el próximo miércoles 15 de octubre y le pides que mande confirmación de la llegada.

Este vocabulario te puede ser útil:

- Envío: **Dispatch / delivery.**
- Mercancía: **Consignment.**
- Confirmar: **To confirm.**
- Llegada / recepción: **Reception / receipt / arrival.**

Como hemos visto en los ejemplos expuestos anteriormente, el uso de estructuras en futuro es muy habitual en la recepción y transmisión de mensajes sea cual fuere el soporte utilizado. Presta atención al siguiente cuadro, que te facilitará la comprensión de las estructuras a usar.

Affirmative	Negative	Interrogative
I will / I'll work	I will not / won't work	Will I work?
You'll work	You won't work	Will you work?
He'll work	He won't work	Will he work?
She'll work	She won't work	Will she work?
It'll work	It won't work	Will it work?
We'll work	We won't work	Will we work?
You'll work	You won't work	Will you work?
They'll work	They won't work	Will they work?
Short answers		
Yes, I will / No, I won't Yes, he will / No, he won't		

El año que viene... / Next year...

13. Escribe las siguientes oraciones usando el futuro simple afirmativo, negativo o interrogativo, según se indique en cada caso.

- a. I enclose invoice nº 3456. (Affirmative)
- b. She phones you back next Thursday if everything is ok. (Interrogative)
- c. The company moves to London in two years' time. (Negative)
- d. Mr. Keleman arrives at 11.00 at the airport. (Affirmative)
- e. I pick him up at the airport. (Negative)

5. Resumen / Summary

Podemos usar diferentes medios para la comunicación, envío y recepción de mensajes: presencial, telefónico y telemático. Todos ellos requieren una serie de estructuras que nos van a ser muy necesarias.

Algunas estructuras para comunicar que la persona en cuestión no está disponible son las siguientes:

- *I'm sorry but Mr./Mrs.... is not in.*
- *I'm afraid Mr./Mrs.... is very busy at the moment/in a meeting and he/she can't receive you now.*

Las estructuras que normalmente usamos para sugerir que dejen un mensaje y sus datos personales son las siguientes:

- *Would you like to leave a message?*
- *May I take a message?*
- *Can I take a message?*

Recepción de datos personales:

- *May I have your name/surname/telephone number/fax number/e-mail address..., please?*
- *Your name/surname/telephone number/fax number/e-mail, please?*
- *What company do you work for, please?*
- *Where are you calling from, sir/madam?*

Algunas estructuras destacadas son las siguientes:

- *I will put you through.*
- *Sorry to keep you waiting.*
- *Would you like to leave a message?*
- *Tell him to phone me back.*
- *I will pass him your message as soon as possible.*
- *He/she wants you to...*

Por último, siempre ofreceremos la posibilidad de contactar con la persona por la que se pregunta:

- *Do you want me to call her back?*
- *Do you want me to put you through to him?*
- *Do you want me to contact him/her?*



Ejercicios de repaso y autoevaluación

1. Traduce las siguientes oraciones.

- a. Lo siento, pero el Sr. Smith no está en este momento.
- b. ¿Le gustaría dejar un mensaje?
- c. ¿Me podría decir su nombre y su número de teléfono?
- d. ¿Para qué compañía trabaja?
- e. ¿De dónde llama, por favor?

2. Ordena las siguientes palabras para formar oraciones correctas.

1. Wants / Mr. Smith / to send / as soon as possible / you / this e-mail
2. Me / to phone / My boss / the sales representative / wants
3. In the hall / they / all the staff / want / to meet / at three o'clock
4. Your salary / to raise / your boss / want / you

3. Escribe un memorándum para tu jefe, el Sr. Jones, recordándole que la reunión que tenía concertada con el Sr. Smith fue aplazada al siguiente jueves. El propósito de la visita del Sr. Smith es discutir los nuevos productos y presupuestos de la nueva campaña.

4. Relaciona cada una de las expresiones dadas (a - e) con sus traducciones (1 - 5).

- a. I will put you through.
- b. Tell him to phone me back.
- c. Sorry to keep you waiting.
- d. I will pass him on to you as soon as possible.
- e. He wants you to visit him.

- 1. Él quiere que usted lo visite.
- 2. Lamento la espera.
- 3. Dígale que me llame.
- 4. Le paso la llamada.
- 5. Se lo paso tan pronto como sea posible.

5. Completa las oraciones con la forma correcta del futuro simple de cada uno de los verbos del recuadro.

not attend	not come	send	celebrate
------------	----------	------	-----------

- a. She _____ you an e-mail as soon as she gets to her office.
- b. Mr. Smith _____ next weekend for your meeting. He has cancelled it.
- c. My colleagues _____ a dinner as their boss is going to retire.
- d. The Sales Representatives _____ that meeting. It is only for managers.

Unit 6

Peticiones sencillas de información

Simple Information Requests



Contenido

1. Introducción / *Introduction*
2. Pautas para la petición de información / *Some guidelines on simple requests*
3. Estructura de las cartas comerciales / *Structure of Business letters*
4. Respuesta a peticiones de información / *Answers to inquiries*
5. Presente continuo / *Present continuous tense*
6. Resumen / *Summary*



- Por otra parte, el lenguaje oral suele estar lleno de **matices afectivos** que dependerán del tono y la entonación que se use en cada caso. Este rasgo tan particular del lenguaje oral proporciona cercanía al cliente, confianza y familiaridad, y esto es algo que solo podremos conseguir en ese trato directo y personal con el cliente.
- Otra de las características del lenguaje oral es el uso de un **lenguaje limitado**, lleno de frases hechas, muletillas y repeticiones que debemos evitar cuando nos comuniquemos con nuestros clientes. Por ejemplo: “*You know*”, “*You see*”, “*Um*”, “*Well*”, “*I mean*”, “*I see*”, etc. Lo aconsejable es un uso extenso del vocabulario, en el que intentemos evitar la repetición de vocablos y el uso de otros sinónimos que enriquezcan el discurso.
- Deberíamos evitar también el uso de las denominadas “**palabras baúl**”, es decir, esas palabras con un significado impreciso que se usan con demasiada frecuencia, como en español la palabra “cosa” o el verbo “hacer”. Debemos usar siempre un vocabulario mucho más preciso y rico. Algunas de estas “palabras baúl”, llamadas “*overused words*” en inglés, son las siguientes: *interesting, nice, good, thing, very, say...*
- Por ejemplo, en lugar de usar las palabras “*thing*”, “*see*” o “*break*” constantemente, deberíamos elegir un sinónimo que se adapte mucho más al sentido concreto del objeto que designa.
- Es recomendable **vocalizar, hablar despacio y usar un tono normal**. Debemos aprovechar la oportunidad que nos ofrece este tipo de comunicación para comunicar la interioridad del emisor.

Sin duda, la estructuración del discurso oral debe ser ante todo muy clara para evitar la ambigüedad, y muy ordenada, para conseguir que exista una comunicación eficaz entre los interlocutores.

Los pasos básicos a seguir cuando intercambiamos información con el cliente, tanto en la oficina como por teléfono, son los siguientes:

1. Si se trata de una conversación telefónica, debemos atender la llamada lo antes posible. El cliente percibe una sensación de dejadez o ineficiencia cuando su llamada es atendida después de varios intentos.
2. Siempre debemos identificar la empresa para la que trabajamos justo cuando descolgamos el teléfono.

3. Seguidamente saludaremos al cliente de una manera cortés y nos presentaremos indicando nuestro nombre, para que el cliente lo pueda usar si lo desea cuando hable con nosotros, e indicaremos el puesto que desempeñamos en la empresa. Toda esta información cumple dos funciones muy importantes en la relación con el cliente. Por una parte, transmite cercanía y confianza al cliente, haciendo el trato mucho más personal, aspecto muy importante puesto que no es posible transmitir esa valiosa información que conlleva el lenguaje no verbal. Por otra parte, al indicar nuestro puesto, el cliente se asegura de que su llamada ha sido derivada al departamento o persona correcta.
4. Escucharemos activamente toda la información que nos transmita el cliente: petición de información sobre productos o servicios, formas de pago, condiciones de envío, cancelaciones, planteamientos de quejas o reclamaciones, etc.
5. Una vez hemos recibido toda la información que necesitamos por parte del cliente y, por supuesto, no antes de haberle escuchado con atención, tramitaremos su petición, solucionándolo nosotros mismos si tenemos competencia para ello, o desviaremos la llamada a la persona o departamento adecuado.
6. Una vez tramitada la solicitud del cliente, nos despediremos de él de una manera cortés, siempre que nos hayamos cerciorado de la satisfacción del mismo.

¡Ahora es tu turno! ¡Vamos a ponerlo en práctica! / Now it's your turn! Let's practice!

Estructura del discurso / Speech structure

1. Lee el siguiente diálogo entre Mr. Smith y Mrs. Adams y ordena las frases de una forma lógica, teniendo en cuenta lo explicado anteriormente.

- **Mr. Smith:** We would accept a copy of your banker's order if it is sent by fax together with your order.
- **Mr. Smith:** By the end of this month? Let me see... We can send it this very week if we receive your order and payment within two days.

- **Mr. Smith:** Thank you very much and do not hesitate to phone again if you have any doubt.
- **Mr. Smith:** The consignment is usually dispatched within fifteen days from receipt of order and it is usually delivered within two weeks.
- **Mr. Smith:** Good morning, KOY Associated. Smith speaking!. How may I help you?
- **Mrs. Adams:** Okay, we will send our order and the fax with the banker's order to you as soon as we have it. Thank you very much for the information. You have been most helpful.
- **Mrs. Adams:** Good morning, my name is Silvia Adams. I'm calling from Fashion Clothing group.
- **Mr. Smith:** Nice to talk to you. What can I do for you?
- **Mrs. Adams:** My colleague Susan Thomas wrote to you recently and we have received your sales material. We are interested in ordering some skirts for our new shop in Madrid. We need some more information about the delivery times.
- **Mrs. Adams:** Yes, I see. Well, the matter is that we need them by the end of this month. Is there anything you could do, please?
- **Mrs. Adams:** Would you accept a copy of our banker's order or do you have to wait until the money is credited to your account?



2. Escucha ahora el diálogo en el orden correcto y comprueba tus respuestas. Presta especial atención a todos los rasgos aprendidos en este capítulo.

3. Formulación de preguntas y respuestas / *Forming Questions and Answers*

Las preguntas son posiblemente una de las piedras angulares del éxito en las ventas. La habilidad de formular buenas preguntas debe mantenerse de principio a fin a lo largo de todo el proceso de venta.

Pero, ¿qué conseguimos con esas preguntas? ¿Cuál es la finalidad de su formulación? Desde el punto de vista del vendedor, las principales razones para formular preguntas son: establecer una sintonía con el cliente, favorecer

el entendimiento con el cliente, puesto que nos permite cerciorarnos o descubrir los detalles de sus necesidades, conocer su preocupación por el producto o servicio solicitado y reforzar los contactos que ya se hayan podido establecer con anterioridad.

No debemos olvidar que una pregunta bien formulada nos proporcionará la respuesta que buscamos. Las buenas preguntas ayudan a precisar lo que quiere decir el cliente y crean un ámbito para considerar otras posibilidades.

Se deben hacer preguntas cuando no sepa qué hacer. Con preguntas, se puede formar una idea lo más clara posible de las necesidades del cliente, en los términos del cliente. Las buenas preguntas conducen al objetivo común de averiguar si existe concordancia entre la necesidad del cliente y el producto que nuestra empresa oferta.

Tipos de preguntas

Podemos distinguir varios tipos de preguntas: cerradas, abiertas, directas, indirectas, sugeridas, etc. La elección de una u otra va a depender del tipo de información que solicitamos al interlocutor.

Vamos a analizarlas en detalle y más tarde nos centraremos en la estructura de las mismas.

Pregunta cerrada o categorizada

Es aquella cuya respuesta va a ser simplemente una afirmación o una negación por parte del interlocutor. Las preguntas cerradas son útiles para verificar la información:

- ¿Tienen previsto realizar algún tipo de publicidad en los próximos meses?
Have you thought about carrying out advertising campaigns in the coming months?
- ¿Puede tomar una decisión hoy respecto a la compra de este producto?
Can you make a decision about the purchase of this product today?

Este tipo de preguntas se suele usar cuando necesitamos la aclaración de una información precisa. Las preguntas cerradas también son útiles para confirmar que se ha comprendido bien:

- Entiendo que es esencial que la entrega se realice durante la próxima semana y que no comprará usted si no podemos garantizárselo. ¿Correcto?
I understand that it is essential for you that the consignment arrives next week and that you will not order if we are unable to guarantee this, am I right?

Su uso se recomienda también cuando tratemos con clientes tímidos o un poco reacios a entablar una conversación.

A veces, estas preguntas reciben el nombre de «reflexivas» porque «reflejan» hacia el cliente sus propias palabras. Siempre que no se esté seguro de algo, se debe usar una pregunta cerrada para comprobar que hay acuerdo. Eso es especialmente importante al cerrar la venta, para comprobar el compromiso de compra por parte del cliente.

Este tipo de preguntas presenta como ventaja el hecho de que obliga a una respuesta concreta que aclara la posición o necesidades del cliente y permite seguir con la conversación en caso de recibir una respuesta favorable. Sin embargo, este tipo de preguntas también presentan algunas desventajas: proporcionan muy poca información y si su uso se hace demasiado frecuente puede parecer un “interrogatorio”, lo que incomoda al cliente enormemente. Por ejemplo:

- **Do you need some more items?**
¿Necesita más artículos?
- **Would you like to receive some free samples?**
¿Le gustaría recibir algunas muestras gratuitas?

Pregunta abierta o icotónica

Las preguntas abiertas están diseñadas para abrir un tema y explorar nuevos caminos. Suelen empezar por «cómo», «qué», «dónde», «cuándo», «cuál»

o «quién», y no se pueden contestar con un simple «sí» o «no». Podríamos decir, por tanto, que una pregunta abierta es esa pregunta que solicita una respuesta más amplia por parte del interlocutor.

Las preguntas abiertas constituyen una manera de establecer sintonía al principio de una reunión, cuando se tiene muy poca información o cuando las preguntas deben ser generales: “¿Cómo van los negocios?”, o, por supuesto: “¿Cómo está usted?”. Normalmente se usan cuando necesitamos saber el parecer u opinión del cliente o necesitamos que nos amplíe detalles sobre su pedido, productos que necesita, información sobre la forma de pago que prefiere, etc.

Este tipo de preguntas son muy propicias para iniciar un diálogo y conocer de primera mano la opinión que el cliente tiene sobre nuestra empresa, productos o servicios. El cliente siente libertad para expresar su parecer sobre el tema que se trate sin cortapisas. Al mismo tiempo, toda la información que proporciona y cómo se presenta esa información es de vital importancia para poder interpretar de manera correcta la actitud del cliente. Por ejemplo:

- **When do you need those items?**
¿Cuándo necesita esos artículos?
- **What kind of goods are you interested in?**
¿En qué tipo de artículos está usted interesado?
- **How many items would you like to order?**
¿Cuántos artículos le gustaría pedir?

Pregunta directa

La pregunta directa es aquella que se enuncia directamente al interlocutor. Se caracteriza por el uso de los signos de interrogación. Todos los ejemplos anteriores son oraciones interrogativas directas.

Nota

En las oraciones interrogativas en inglés solo se usa un signo de interrogación al final.

Pregunta indirecta

Este tipo de preguntas también se conocen como sesgadas. Se caracterizan por solicitar una respuesta por parte del interlocutor, pero usando oraciones enunciativas que incluyen un verbo de pensamiento o lengua: *"wonder"*, *"ask"*, *"want to know"*, *"think"*, *"consider"*, *"believe"*, *"I would like to know"*... Además, nunca van acompañadas de signos de interrogación.

- **I would like to know if you are interested in...**

Me gustaría saber si está interesado en...

- **I wonder when you would like to receive...**

Me pregunto dónde le gustaría recibir...

- **The Sales Department wants to know your...**

El departamento de venta quiere saber su...

Estructura de las oraciones interrogativas

La estructura de las oraciones interrogativas en inglés es siempre muy rígida. A continuación, veremos cómo se forman las oraciones interrogativas directas abiertas y cerradas. De las oraciones interrogativas indirectas nos ocuparemos después.

Preguntas cerradas

Las preguntas cerradas se caracterizan por seguir siempre el siguiente esquema:

Auxiliar + sujeto + verbo en la forma correspondiente, dependiendo del tiempo verbal que usemos.

Presta atención a los siguientes ejemplos:

- **Do you have any other model?**
¿Tiene usted algún otro modelo?
- **Does it open on Monday?**
¿Abre el lunes?
- **Does the Sales Manager send those catalogues personally?**
¿Envía el jefe de ventas esos catálogos personalmente?

Como vimos anteriormente, para construir preguntas en presente simple seguimos el siguiente esquema:

Do / Does + Sujeto + Verbo en infinitivo +...?

Importante

Cuando el sujeto de la oración es la tercera persona del singular: "he, she, it", el auxiliar debe ser "does". Por lo tanto, el verbo aparece en infinitivo:

Does she/he/it live here?

Veamos ahora oraciones interrogativas en pasado:

- **Did you have any other model?**
¿Tenía usted algún otro modelo?
- **Did it open on Monday?**
¿Abrió el lunes?
- **Did the Sales Manger send those catalogues personally?**
¿Envió el jefe de ventas esos catálogos personalmente?

Como podemos ver, la estructura para las oraciones interrogativas en pasado simple es la siguiente:

Did + Sujeto + Verbo en infinitivo + ...?

<< Viene de página anterior

- **We would like to have further details...**
Nos gustaría tener más detalles...
- **We would like to introduce these goods...**
Nos gustaría introducir estos artículos en...
- **Would you kindly quote your best prices and terms of payment...?**
¿Sería tan amable de presupuestarnos sus mejores precios y términos de pago...?
- **Thank you very much for any information you can give us.**
Gracias por cualquier información que nos pueda proporcionar.
- **We look forward to receiving your quotation/prices/reply by return as soon as possible.**
Espero recibir su presupuesto/precios/respuesta tan pronto como sea posible.

Veamos un ejemplo de este tipo de cartas. Como puede comprobar, la estructura sigue siendo la que analizamos anteriormente.

Johnson & Smithers
324 Oxford Avenue
London
Great Britain
RF4 5YL

M. T. Cromer Ltd.
Central Trading State
Stadton
Middlesex
TE1 8UP

13th May 2013

Dear Sir / Madam,

We are importers in the clothing trade and we would like to get in touch with suppliers of those products in the area.

We have heard of your products and the quality of them and we would like to know more because if the quality meets our requirements we can probably let you have regular orders.

We are mainly interested in women's clothes and we would appreciate it if you could send us your current catalogue. We would also be grateful if you could send us some samples to show to our clients.

Please inform us as well about payment terms and conditions.

We look forward to receiving this information from you as soon as possible.

Yours faithfully,


Thomas Spencer
Sales Manager

¡Ahora es tu turno! ¡Vamos a ponerlo en práctica! / Now it's your turn! Let's practice!

Comprensión / Comprehension

3. Vuelve a leer con atención el modelo de carta de solicitud de información propuesto anteriormente y contesta a las siguientes preguntas.

- a. Find out the sender's details.
- b. Find out the addressee's details.
- c. What is he interested in?

Cartas de solicitud de información / Enquiry letter

4. Escribe ahora una carta de solicitud de información con la información que se detalla más abajo. No olvides poner en práctica la estructura y los giros lingüísticos aprendidos.

You are M. K. Demison and you work for a building contractor company. You have just seen some bathroom showers you are interested in the "Builders' Journal" and so you ask for information about prices, quotations and terms of payment.

Solicitando información / Asking for information

5. Solicita de manera formal la siguiente información, usando los giros y estructuras aprendidos. Ten en cuenta las características del lenguaje formal.

- a. You need a copy of their latest brochure.
- b. You want a discount for your order of 3,000 units.
- c. You want to arrange an appointment with their representative to discuss terms of payment.
- d. You want some more details about the quality of their products.
- e. You ask for a firm offer.

**6. Escucha ahora la siguiente conversación y contesta a las siguientes preguntas.**

- a. Where did he learn of Mr. Sanders' products?
- b. What company does Mr. Spencer work for?
- c. When are they meeting?

4. Resumen / Summary

Antes de terminar este capítulo, conviene hacer un repaso de los principales contenidos que hemos visto y los giros lingüísticos que tan usuales son en las cartas de solicitud de información.

Existen algunas cualidades que debemos tener en cuenta cuando redactamos una carta comercial:

- *Clear / Claridad.*
- *Precision / Precisión.*
- *Brevity / Brevedad.*
- *Simplicity / Sencillez.*
- *Quality / Propiedad.*
- *Correctness / Corrección.*

Abreviaturas:

- *Enc. / encl.: enclosure.*
- *P.p.: per pro. Signing on behalf of.*
- *Plc: Public limited company.*
- *Inc.: Incorporated.*
- *Co.: Company.*
- *Asap: as soon as possible.*
- *Ps.: postscript.*
- *Rsvp: please reply.*
- *Pto.: please turn over.*
- *Cc.: carbon copy.*
- *Re.: reference.*

- *Et al: and other people.*
- *Ca.: approximately.*
- *i.e.: in other words.*
- *VAT: Value Added Tax.*

Sobres:

1. *Use separate lines for the name or company, post box or house name, number, street, town and country or city and state, postcode.*
2. *The number always precedes the street name. Words like Street, Square, and Avenue are written separate.*
3. *Commas may be placed at the end of each line or only between city and state or county.*
4. *The British postcode is written below the address. The American code is on the same line as city and state.*
5. *The postcode should always be the last item of information and it should appear underlined or in bold letters.*
6. *Do not use full stops or any punctuation marks between the characters or between the two halves of the postcodes.*

Cartas de solicitud de información. Algunas estructuras útiles:

- *We are importers/wholesalers in the... Trade, and we would like to get in touch with suppliers/manufactures of...*
- *We would be grateful if you could send us some samples of...*
- *Would you please let us have a firm offer for.../your current catalogue ...?*
- *We are interested in buying/contacting...*
- *We would like to have further details...*
- *We would like to introduce these goods...*
- *Would you kindly quote your best prices and terms of payment...?*
- *Thank you very much for any information you can give us.*
- *We look forward to receiving your quotation/prices/reply by return as soon as possible.*



Ejercicios de repaso y autoevaluación

1. Enumera las características de la correspondencia comercial.

2. Expresa la siguiente fecha en inglés británico y en inglés americano.

SPANISH	Jueves, 8 de mayo de 2012 ----- 08/05/2012
BRITISH ENGLISH	-----
AMERICAN ENGLISH	-----

3. Relaciona las siguientes abreviaturas con sus vocablos y traducciones.

- a. Enc./encl.:
 - b. P.p.: per pro.
 - c. Inc.:
 - d. Co.:
 - e. Rsvp.:
-
- 1. Please, reply / Por favor, espero respuesta.
 - 2. Company / Compañía.
 - 3. Incorporated / Sociedad Anónima.
 - 4. Signing on behalf of / *Per procurationem*.
 - 5. Enclosure / Documento adjunto.
 - 6. Postscript / Postdata.

4. Traduce las siguientes estructuras lingüísticas.

- a. Somos mayoristas en el negocio de muebles y nos gustaría contactar con proveedores en esta zona.
- b. Estamos interesados en comprar duchas para cuartos de baño.
- c. Nos gustaría introducir este producto en América.
- d. Gracias por cualquier información que pueda darnos.

5. Ordena los siguientes párrafos de una carta solicitando información.

- a. We look forward to receiving this information from you as soon as possible.
- b. Yours faithfully,
- c. Dear Sir / Madam,
- d. We have heard of your products and their quality and we would like to know more because if the quality meets our requirements we can probably let you have regular orders.
- e. We are mainly interested in office furniture; such as desks, office chairs and shelves for we would appreciate it if you would send us your current catalogue for more detailed information.
- f. We are importers of furniture and we would like to make contact with suppliers in the area.
- g. Please inform us as well about payment terms and conditions.