

## **EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN ORAL DEPENDIENTE-CLIENTE A TRAVÉS DEL IDIOMA INGLÉS EN LOS SERVICIOS GASTRONÓMICOS.**

### **THE DEVELOPMENT OF WAITER-CUSTOMER ORAL COMMUNICATION THROUGH THE ENGLISH LANGUAGE IN THE GASTRONOMIC SERVICES.**

<https://doi.org/10.5281/zenodo.3239414>

AUTOR: Bernardo Buduen Saborit <sup>1</sup>

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: [bbuduens@udg.co.cu](mailto:bbuduens@udg.co.cu).

Fecha de recepción: 05 de noviembre de 2018

Fecha de aceptación: 23 de diciembre de 2018

#### RESUMEN:

Existen habilidades relacionadas con el inicio, el mantenimiento y la terminación de una conversación en lengua inglesa que se emplean cuando se interactúa con un cliente, las que deben desarrollarse con su práctica consecuente en aquellos que no estudian inglés y deben utilizarlo como herramienta para la prestación de los servicios. En este artículo se presentarán algunas estrategias comunicativas, las cuales deben ser examinadas por los estudiantes para desarrollar la comunicación oral e interactuar con el cliente y así poder evaluar cuál es su nivel de desarrollo en cada una de ellas; es decir, en cuáles han alcanzado un mayor o menor nivel. Este examen permitirá al que aprende conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades, mientras monitorea su proceso de aprendizaje y continúa desarrollando otras habilidades con el paso del tiempo.

PALABRAS CLAVE: Cliente, comunicación oral, estrategias, interactuar, servicios.

#### ABSTRACT

There are abilities related to the beginning, the maintenance and the end of a conversation in the English language that are used when interacting with a customer, which should be developed with their consequent practice in those who do not study English and they should use it as a tool for the service. In this article some communicative strategies will be presented, that should be examined by the students to develop the oral communication, to communicate and interact with the customer, so that, the students will be able to evaluate their development level in each of them; that is to say, in which of them they have reached a high or a low level. This exam will allow the learners to know

---

<sup>1</sup> MSc. Profesor Asistente, Bernardo Buduen Saborit. Universidad de Granma. Facultad Humanidades. Departamento Lenguas Extranjeras. E-mail: [bbuduens@udg.co.cu](mailto:bbuduens@udg.co.cu)

which their strengths and weaknesses are, while checking their learning process and continue developing other abilities as goes by

KEYWORDS: Customer, interact, oral communication, services, strategies

## INTRODUCCIÓN:

Aunque una persona tenga una alta competencia lingüística, no le resulta fácil adquirir la capacidad de poder interactuar en lengua inglesa en situaciones comunicativas concretas de la vida diaria en tiempo real. Existen una serie de habilidades que están involucradas en el hecho de poder iniciar, mantener y terminar una conversación en lengua inglesa, las que deben desarrollarse con su práctica consecuente en aquellos que estudian inglés. Incluso existen estudiantes que hablan el inglés, pero encuentran dificultades a la hora de tener una conversación en dicha lengua. Estas habilidades han sido nombradas para los propósitos de este artículo como estrategias.

El objetivo de este artículo es el de evaluar el nivel de desarrollo de la comunicación oral en el idioma inglés para la prestación del servicio de los estudiantes de la especialidad Servicios Gastronómicos y proponer estrategias diseñadas para mejorar ese nivel.

En el artículo se presentarán algunas de estas estrategias, las cuales estarán relacionadas con habilidades que deben desarrollar los estudiantes y que deben ser examinadas por ellos, quienes podrán evaluar su propio nivel de desarrollo en cada una de ellas; es decir, en cuáles han obtenido un mayor o menor nivel. Este examen permitirá conocer cuáles son las fortalezas y debilidades que tiene el estudiante, mientras continúa desarrollando otras habilidades con el paso del tiempo. Por lo tanto, constituye un marco importante en un proceso caracterizado por su integralidad y diferenciación en relación con las necesidades educativas e intereses de los futuros profesionales (Benítez García, Estupiñan Ricardo, & Montalvo Villalva, 2016).

El hecho de poder mejorar la comunicación oral en inglés para interactuar con el cliente, expresar lo que está ofertando, lo que está sintiendo y lo que está pensando, tiene un gran potencial para facilitar la comunicación fluida, y cada vez más espontánea, de los que aprenden el inglés para la prestación del servicio.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Se ejecutó un estudio teórico desde el método histórico-lógico para caracterizar los fundamentos lingüísticos de la enseñanza aprendizaje del idioma inglés en el contexto actual de Cuba. Se emplearon los recursos de la revisión bibliográfica, el análisis de contenido, así como la entrevista para corroborar científicamente los problemas en el aprendizaje de este idioma.

Se utilizaron métodos del nivel teórico, tales como análisis-síntesis e inducción-deducción, con el fin de dar tratamiento a la bibliografía utilizada, así como para llegar a generalizaciones y conclusiones a partir de la utilización de la prueba pedagógica como método empírico. Por otro lado, se aplicó esta prueba para la que se escogió intencionalmente, a partir de la población de los 62 estudiantes de los grupos del tercer año de las especialidades Servicios Gastronómicos y Comercio, una muestra compuesta por 32 estudiantes del grupo de Gastronomía.

## RESULTADOS

Para la obtención de los resultados, se aplicó una prueba inicial con función de diagnóstico para la asignatura “inglés” que se impartió en el primer semestre del actual curso escolar 2017-2018 y que consistió en un ejercicio oral práctico en inglés del profesor con los estudiantes muestreados en el aula taller de Gastronomía, en el que ellos asumieron roles de dependientes y clientes.

En esta prueba, se comprobó el estado actual de desarrollo de las habilidades orales de estos estudiantes para la comunicación dependiente-cliente en idioma inglés en la prestación del servicio, y la misma estuvo dirigida a medir los siguientes.

Indicadores:

- Utilización de iniciadores de la conversación y saludos para dar la bienvenida al cliente.
- Uso de preguntas de diferentes tipos para iniciar la conversación con frases de cortesía para tomar y ofertar un pedido.
- Uso de preguntas de diferentes tipos para mantener la conversación y explicar un menú.
- Habilidades para cambiar el tema y dar sugerencias en el servicio.
- Habilidades para la verificación como reafirmación del servicio.
- Habilidades para usar los enunciados que les permitan comunicarse con el cliente al entregar la cuenta.
- Capacidad para escuchar activamente al cliente durante la conversación.
- Habilidades para terminar la conversación con salidas de cortesía.

El aprendizaje de las habilidades para la conversación con el cliente durante el servicio se hace muy difícil para los estudiantes ya que esta es muy dinámica, cambiante e impredecible, pero para garantizar una comprensión adecuada del proceso es necesario

el dominio de determinadas nociones que garanticen y faciliten una perspectiva clara (Batista Hernández, Ordoñez Guerrero, & Avilés Quiñonez, 2016).

La conversación, esa interacción cooperativa y negociadora de significados entre dos o más personas, requiere de los estudiantes su atención, la entrada rápida y el procesamiento de información, la interpretación social de las entradas las cuales tienden a confundir, la comprensión del vocabulario de la lengua y la comprensión de un lenguaje que es abstracto.

En relación con la complejidad de establecer una conversación con el cliente, los que aprenden el idioma inglés (u otro) cometen violaciones de sus reglas en una u otra ocasión, tales como:

- hablar demasiado,
- no dejar que el cliente termine lo que estaba tratando de decir,
- romper el orden en la toma de turnos,
- hablar cuando el cliente no está escuchando,
- hablar de temas inapropiados en el servicio,
- responder cuando el cliente trata de comunicarse.

Por otra parte, con relación a esa complejidad que presupone conversar con un cliente en idioma inglés, es necesario considerar que:

- en ocasiones se dicen cosas que los clientes no comprenden,
- se habla de cosas acerca de las cuales los clientes no conocen,
- los estudiantes no saben acerca de qué conversar,
- las reglas de la conversación cambian de persona a persona,
- la conversación a veces incluye temas en que los clientes no están interesados,
- a los estudiantes les resulta complicado usar enunciados que les permitan mantenerse ajustados al registro de la lengua que están empleando para comunicarse con el cliente, ya sea más formal o más informal,
- y muchos otros aspectos que cambian o que son impredecibles o difíciles de interpretar.

Los resultados de la prueba diagnóstico se comportaron como se muestra en la tabla que sigue.

<b>CATEGORÍA</b>	<b>No de estudiantes</b>	<b>% de estudiantes</b>
<b>Estudiantes evaluados de 5</b>	-	-
<b>Estudiantes evaluados de 4</b>	4	12,5
	9	28,1

<b>Estudiantes evaluados de 3</b>		
<b>Estudiantes evaluados de 2</b>	19	59,4
<b>TOTAL DE EVALUADOS</b>	32	

Las categorías evaluativas en el diagnóstico fueron, en su mayoría, bajas, como muestra la tabla anterior. El índice de eficiencia de la asignatura fue del 3,7. Resulta significativo que el 87,5 % de los estudiantes fue evaluado de 3 y 2.

Considerando los resultados del diagnóstico, se proyectó el empleo de algunas de las estrategias más necesarias para lograr desarrollar habilidades orales para la conversación con el cliente en la prestación del servicio. Entre ellas se encuentran habilidades:

- Para utilizar los iniciadores o saludos para dar la bienvenida al cliente.
- Para usar rutinas que sirvan en iniciar la conversación. (Incluye saber preguntar con cortesía para tomar el pedido).
- Para acercarse al cliente e interactuar.
- Para interactuar con el cliente para dar sugerencias en el servicio.
- Para interactuar con el cliente en la verificación y reafirmación del servicio.
- Para incorporarse a una conversación en curso durante el servicio.
- Para mantener una escucha activa durante la conversación con el cliente.
- Para interactuar con el cliente al darle la cuenta.
- Para terminar la conversación con el cliente al finalizar el servicio.

### **Consideraciones sobre las estrategias para el desarrollo de la comunicación oral dependiente-cliente en el idioma inglés en los servicios gastronómicos.**

A continuación, se comentará brevemente acerca de las estrategias que se pueden emplear para desarrollar la comunicación oral dependiente-cliente en el idioma inglés en los servicios gastronómicos.

#### **Para utilizar los iniciadores o saludos al darle la bienvenida al cliente.**

Los "abridores" se refieren a saludos iniciales que demuestran la intención amistosa y son a menudo una invitación. Estos incluyen frases convencionales como: "Good morning", "Good afternoon", "Good evening" "welcome", "welcome to our cafeteria/to our

restaurant", (en dependencia del lugar) y a este proceso se une el lenguaje corporal que normalmente consiste en una mirada mutua, inclinación sonriente de cabeza o una expresión facial calurosa.

Los saludos son casi esenciales al abrir las conversaciones. El hecho de no responder a un saludo puede dejar al cliente insultado, y tal vez lo haga sentirse menos inclinado a entrar a la cafetería/restaurante al no sentirse bienvenido.

**Para usar rutinas que sirvan en iniciar la conversación. (Incluye saber preguntar con cortesía para tomar el pedido).**

Estas rutinas incluyen, por una parte, saber preguntar mientras se conversa y, por la otra, acercarse al cliente con saludos.

**Para preguntar.**

La habilidad anterior animará al cliente a hablar, pero no conseguirá que él inicie. Para esto se necesitan preguntas. Preferentemente se inicia con preguntas generales, se continúa con las específicas; es decir, preguntas sobre lo que el cliente desea.

Las preguntas que se hacen cuando se toma el pedido pueden ser abiertas o cerradas. Las preguntas abiertas estimulan las respuestas más largas y que se brinde información, lo que también está a favor de la producción de mensajes; mientras que las cerradas requieren generalmente una respuesta muy corta y se dirigen a algo en específico que el cliente desee pedir.

Por ejemplo,

Preguntas abiertas

"May I help you?"

"How can I help you?"

"What can I do for you?"

"Are you ready to order?"

"Do you need something?"

Preguntas cerradas

"Do you want to order now?"

"Do you want to order any special thing?"

"What do you want to order exactly?"

**Para acercarse al cliente e interactuar.**

Los estudiantes se sienten a menudo ansiosos cuando tienen que acercarse a un cliente por temor a decir algo incorrecto, a parecer tonto o a recibir el rechazo. Existen formas convencionales y aceptadas de aproximarse a los clientes que casi siempre se encuentran alrededor de estos problemas. Por ejemplo, para iniciar una conversación en la mesa donde está el cliente los pasos comunes son:

1. Mover el cuerpo para estar frente a él, establecer un contacto visual con él, sonreírle y saludarle.
2. Solicitar información; por ejemplo, “¿Excuse me, what can I do for you?” o usar un enunciado o pregunta convencional “¿Excuse me, may I help you?”
3. Presentarse formalmente utilizando frases como: “I’m the head waiter/ waitress” / “waiter/ waitress” / “barman/ bartender”
4. Intercambiar información sobre el servicio o la oferta del día, etc. Por ejemplo, (“we have...” “today’s offer is ...”)

### **Para interactuar con el cliente y dar sugerencias en el servicio**

Esto significa dar sugerencias de consumo, movimiento o posición, dentro del salón o el bar. Una buena parte de esta conversación incluye hablar sobre temas que se centran en los platos y bebidas, el lugar dónde sentarse o por dónde coger para dirigirse a un lugar determinado en la instalación. Por tanto, debe ser cuidadoso al realizar esta interacción pues la cortesía es clave. Por ejemplo, pueden utilizarse frases como:

Sugerencias de productos a consumir

“I suggest you to eat, drink.....”, “I think that you should eat, drink.....”

In my professional opinion, the (plato o bebida) is better with..... (ice, cream, sugar)

Note: en este caso depende de la oferta.

Sugerencias de acciones para moverse hacia otro lugar

“Come in please”, “Follow me please”, “This way please”.

Nota: en este caso depende de las características del lugar. Si no es necesario no se hace.

Sugerencias de cambiar de posición

“May I suggest you to sit down here please”, “May I suggest you to sit down around this table, please?”, “May I suggest you to sit down at that table, please?”, “May I suggest you to sit there”

Nota: en este caso depende de las características del lugar. Si no es necesario no se hace.

### **Para incorporarse a una conversación en curso durante el servicio.**

Los clientes frecuentemente sostienen una conversación cuando están en el bar o en el salón. La mayoría de las conversaciones son amenas, sobre todo aquellas que tienen lugar entre miembros de una mesa o la barra.

Si las personas están abiertas a que usted se les una, se lo comunicarán a través de la postura de su cuerpo y su contacto visual. En algún momento, el que está conversando mirará hacia donde está usted para permitirle unirse.

Cuando se le dé la oportunidad, entonces es una cuestión de alistarse, escuchar y entonces unirse con alguna declaración apropiada, una opinión, una información de interés o un pedido. Al llegar se pueden utilizar frases como:

“Excuse me”, “Do you need anything?”, “Do you need anything else?”

“Yes, did you call me?”, “Yes, please tell me.”

### **Para mantener una escucha activa durante la conversación con el cliente.**

La escucha activa consiste en prestar atención a lo que el cliente está diciendo, permitiéndole saber que usted lo está escuchando.

Hacerle saber al cliente que usted está escuchando, a manera de retroalimentación, empleando palabras tales como: "Ok", "allright", "yes", "hmmm", ¿" anything else?". De manera no verbal, lo puede mostrar asintiendo, inclinándose hacia delante o mirándole a los ojos.

Es importante pedir aclaración si no escuchó bien o no entendió algo de lo dicho. Las personas generalmente disfrutan mucho explicarles a otros. Puede utilizar frases como: “Would you mind to repeat again?” o “Any special kind?”

### **Para ofrecer halagos o alabanzas.**

Las palabras y las expresiones alentadoras siempre son bien recibidas por el cliente y, por supuesto, pueden cooperar en tener una buena conversación, más agradable y gratificante.

Los halagos se usan cuando se habla de cosas cotidianas y van dirigidos a la manera en que el cliente se comporta, una acción, un gesto, etc., Por ejemplo, “Very good, ¡you did it well!”, “That was great!”, “You did a good job ordering your meal!”

La alabanza se usa para los logros menos tangibles como la creatividad, una empresa o un sacrificio realizado. Hay maneras convencionales de ofrecer alabanza que casi siempre traen el placer y contribuyen a crear un clima agradable durante la conversación. Una manera de alabar es ofrecer felicitaciones si se presenta la oportunidad. Esto se hace con una expresión feliz, ¡un “Felicidades!” de manera verbal, expresando las razones para felicitar, o con la frase “Thank you, you are very kind”

### **Para ofrecer ayuda y aliento al cliente.**

Para ofrecer ayuda al cliente, haga la oferta y dé las razones para ello. En lo demás haga silencio. Confirme la oferta e insista, si considera adecuado hacerlo. Para que la ayuda sea efectiva, debe minimizarse el 'sacrificio' y hacer énfasis en el placer de brindar esa ayuda. “It’s a pleasure”, “The pleasure is mine”.

### **Para interactuar con el cliente y darle la cuenta.**

Es necesario saber cuándo acercarse a un cliente para ofrecer la cuenta. En una situación como esta, existen formas convencionales y aceptadas de aproximarse a los clientes. Hay que asegurarse que el cliente ha terminado de consumir observando sus acciones que indiquen que ha finalizado y desea pagar la cuenta.

Casi siempre el cliente despliega la vista buscando al dependiente y realiza un gesto para que se aproxime o simplemente llama y solicita la cuenta. Una vez confirmado esto. Se pueden utilizar frases sencillas como: "Excuse me, here is your check" "Here is your change" "There is your tip Sir/ Miss".

### **Para terminar la conversación con el cliente al finalizar el servicio.**

Es necesario aprender cuándo se debe terminar la conversación, habilidad que algunos ignoran.

El dependiente debe terminar la conversación con palabras que dejen una impresión agradable en el cliente, y que son típicas para este momento de la conversación; por ejemplo, ¿"Were you well serviced?" o "Thanks for your visit, "Come back soon" "It was a pleasure for us to serve you" "Please, feel free to visit us again."

Se impartió la asignatura durante un semestre con énfasis en la sistematización de las estrategias, y se logró que los estudiantes se fueran involucrando en su uso en las clases prácticas de la asignatura y en el periodo de práctica en las empresas.

Los resultados, después de la aplicación de las estrategias en función del aprendizaje para desarrollar la expresión oral en inglés basada en la interacción con el cliente, se comportaron como se muestra en la siguiente tabla.

<b>CATEGORÍA</b>	<b>Cantidad de estudiantes</b>	<b>% estudiantes</b>
<b>Estudiantes evaluados de 5</b>	4	13,3
<b>Estudiantes evaluados de 4</b>	18	60,1
<b>Estudiantes evaluados de 3</b>	8	26,6
<b>Estudiantes evaluados de 2</b>	-	-
<b>TOTAL DE EVALUADOS</b>	30	

El índice de eficiencia de la asignatura ascendió a 3,8. Los avances que se manifestaron fueron apreciables en la disminución de los evaluados de 3 y la ausencia de evaluados de 2. Por el contrario, 4 estudiantes fueron evaluados al final de 5. Los estudiantes se fueron sintiendo más motivados y seguros a conversar en idioma inglés como resultado de la sistematización de las estrategias referidas en este artículo.

## CONCLUSIONES

La práctica sistemática de estas estrategias en clases y fuera de ellas, mediante tareas de trabajo independiente, han incidido en la elevación del nivel de desarrollo de las habilidades de los estudiantes para la conversación e interacción con el cliente.

El profesor puede hacer énfasis en la realización, por parte de los que aprenden en el tercer año de la especialidad Servicios Gastronómicos, de tareas en pareja y en grupos pequeños que garanticen una interacción continua entre ellos y la inserción de las estrategias propuestas primero por partes y luego como un todo, lo cual redundará en su mayor desarrollo de las habilidades orales en inglés para interactuar con el cliente en el momento de ofrecer los servicios gastronómicos, y por tanto en el logro de una más elevada competencia comunicativa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Batista Hernández, N., Ordoñez Guerrero, R., & Avilés Quiñonez, W. (2016). Universidad y Planificación Estratégica en el Ecuador. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*. ISSN: 2224-2643, 1-10.
2. Benítez García, J. M., Estupiñan Ricardo, J., & Montalvo Villalva, I. (2016). Acciones didácticas para la autorrealización física integral de los estudiantes de carreras agropecuarias. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*. ISSN: 2224-2643, 1-10.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Brubacker, M. B. (1990). *Perspectives in Small Group Learning*. Rubicon Press. Canadá.
2. Curry, D. L. (1997). More dialogues for everyday use. *Short situational dialogues for EFL, Intermediate, Advanced Level*, Washington, D.C, 36p.
3. Dago, I. (2002). *Dependiente Gastronómico B*, Dirección de la Capacitación, 213 p.
4. Díaz, P. (2014 septiembre). Estrategia didáctica para la enseñanza-aprendizaje de la lengua inglesa. Artículo en línea disponible en <http://www.monografias.com/trabajos31/didactica-ingles/didactica>
5. EWER, J. & LATORRE, N. (1985). *English for specific Purpose*. Rubicon Press.
6. Marcelo, M. V. V. (2002). Centro Nacional de Capacitación. *Libro de Cantina*, 135 p.
7. Milán, Y. (2014). Enseñanza de idiomas en Cuba. Artículo en línea disponible en <http://www.uh.cu/node/1147>>. 20 de septiembre de 2016.
8. Sysoyev, V. (2000). Developing an English for Specific Purposes Course Using a Learner-centered Approach: A Russian Experience. *The Internet TESL Journal*, March 2. Vol. VI, No. 3.
9. Warshawsky, D. (1997). *Spectrum. A Communicative Course in La Habana*: Edición Revolucionaria