**LA INFLUENCIA DE LA PRESENTACIÓN DEL PRECIO (EN FORMATO DE AUDIO) SOBRE LAS PERCEPCIONES DE LOS CLIENTES**

**RESUMEN**

Este estudio buscó por medio de experimentos verificar los impactos derivados de la utilización del dígito "9" en el formato de precios (en la modalidad de audio) sobre la percepción de las personas. La investigación fue desarrollada en 3 experimentos. En cada uno de los experimentos, los participantes fueron divididos en dos grupos, cada uno con una oferta en audio y con formato de precio diferente (con y sin el dígito nueve en la oferta). Las muestras eran similares entre sí. Como instrumento de análisis se utilizó el test-t student. En general, los resultados evidenciaron que la utilización del dígito "9" en el formato del precio puede impactar la percepción de los clientes en cuanto a la evaluación del precio, la evaluación de la oferta, la intención de compra, la evaluación de la propaganda, la indicación de la tienda, la evaluación de las relaciones de costo versus beneficio y la evaluación del formato de la propaganda.

**Palabras claves:** Marketing Sensorial Sonoro. Precio. Al detalle. Intenciones de compra.