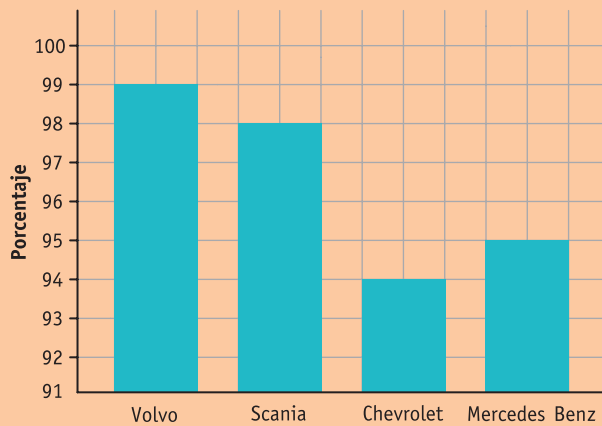


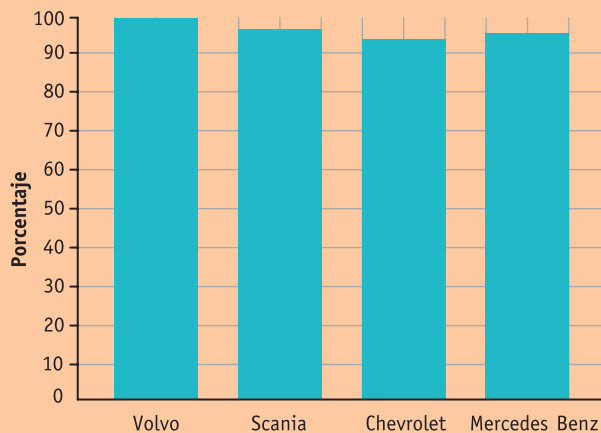
Gráficos que resultan engañosos

Problema 7

En el diario Campo del día sábado apareció una publicidad de camiones Volvo. La publicidad asegura que del total de camiones vendidos en los últimos 10 años, Volvo es la marca con mayor porcentaje de camiones que todavía están en uso. En la publicidad se mostraba el siguiente gráfico.



No se hizo esperar la respuesta de la competencia y en el diario Campo del domingo apareció una publicidad de camiones Scania mostrando, con otro gráfico, la misma información que presentó Volvo, pero desde otro punto de vista.



¿En qué se diferencian estos gráficos? ¿Es distinta la información de cada publicidad?
¿Miente alguna de las dos empresas?

A simple vista los gráficos son diferentes, pero si se presta atención, el eje donde se marcaron los porcentajes del primer gráfico no comienza desde cero.

Los porcentajes de rendimiento varían solamente entre el 94% y el 99%. Visualmente en el primer gráfico esta diferencia parece mucho mayor. En cambio el segundo gráfico muestra lo parejo del rendimiento de las cuatro marcas de camiones encuestadas.

La información de ambos gráficos es la misma, pero presentada desde otro punto de partida. Solamente con cambiar la escala en uno de los ejes, el gráfico parece dar una información que no es realmente correcta. No se puede decir que alguna de las empresas miente, sino que presenta la información de manera tal que la favorezca.