

Documento de trabajo

(DT04)



Proyecto:

La Dinámica Cultural de las Ciudades

Codificación:

Proceso, fiabilidad y validación

Proyecto CSO2008-04288/SOC; financiado por el Plan Nacional de I+D+I Ministerio de Ciencia e Innovación-Gobierno de España

1. Introducción

Este documento da cuenta del proceso desarrollado para codificar las diferentes ‘amenities’ o equipamientos culturales mediante la aplicación del marco analítico del proyecto ‘La Dinámica Cultural de las Ciudades’ (CSO2008-04288/SOCI), cuyos elementos principales se reflejan en el documento de trabajo ‘La dinámica cultural de las ciudades. Elementos analíticos básicos para su análisis’ (DCC_DT1)¹. Asimismo, presenta los resultados de la validación (fiabilidad y validez) de este proceso en el que ha participado un equipo de 13 codificadores, tanto lo que se refiere a cada dimensión delimitada en el marco analítico del proyecto, como al conjunto de éstas.

En el primer apartado se presentan, de forma muy resumida, los elementos básicos del marco analítico necesario para el proceso de codificación, así como su operacionalización. El segundo relata el proceso de codificación desarrollado, centrándose el tercero en las pruebas de validación y resultados alcanzados.

¹ En adelante se utilizarán indistintamente los términos ‘amenity/amenities’, equipamientos, infraestructuras o servicios culturales. Del mismo modo se usarán como sinónimos sub-categoría y sub-dimensión, así como categoría y dimensión.

2. El proceso de codificación

Dada la orientación y finalidad de la codificación, se ha optado por un método de codificación manual mediante la constitución de un equipo de 13 codificadores, actuando uno de ellos como coordinador del proceso². Para iniciar el proceso de codificación el equipo ha contado con tres materiales:

- * Documento de trabajo del proyecto ‘La Dinámica Cultural de las Ciudades’
- * Manual de codificación
- * Cuadro de codificación, que contiene los equipamientos y sub-dimensiones a codificar

Previamente a la primera reunión del equipo de codificación, este material se reparte entre sus miembros con el fin de dar a conocer las claves analíticas y operativas del proceso. En esta primera reunión, se establecen las primeras pautas del proceso: el uso de los materiales y la distribución del trabajo a desarrollar. Las unidades de observación (equipamientos a codificar) se recogen en una tabla³, mientras que en el Manual de Codificación (DT0209) se definen las unidades de análisis (dimensiones y sub-dimensiones) y el sistema de codificación.

En la tabla 1 se muestran las dimensiones y las sub-dimensiones objeto de codificación. Se trata de un total de diez dimensiones que se concretan en treinta y cuatro sub-dimensiones. Estas diez dimensiones se encuadran dentro de tres enfoques: el económico, el social y el político. Las dimensiones que corresponden al enfoque económico son la de sector, función principal, organización productiva y uso principal. El segundo enfoque, el social, se encuentra representado por las dimensiones de legitimidad, teatricalidad y autenticidad. Para concluir, el enfoque político abarca las dimensiones de objetivo, público y tipo de bien.

² Los integrantes del equipo de codificación han sido las siguientes personas: Pablo Díaz, Laura Estudillo, Manuel Fernández, Gerardo Guerrero, Marian Huete, Cristina Mateos, Rafael Merinero, Marcelino Míguez, Lucía Muñoz, Rocío Muñoz, Clemente Navarro, María Jesús Rodríguez y Ana Villarán. El equipo fue coordinado por Gerardo Guerrero.

³ El listado completo puede consultarse en el Anexo I.

Tabla 1. Las unidades de análisis: dimensiones y sub-dimensiones.

Enfoque	Dimensión	Sub-dimensión
Industrias culturales	Sector	Artes
		Patrimonio
		Mass media
		Entretenimiento
	Función principal	Creación/Diseño
		Producción/Fabricación
		Distribución/Consumo
		Preservación/Conservación
	Organización productiva	Artesanal
		En masa
	Uso principal	Estético
		Funcional
Escenas Culturales	Legitimidad	Tradicionalismo
		Utilitarismo
		Expresividad
		Igualitarismo
		Carisma
	Teatricalidad	Exhibicionismo
		Transgresión
		Glamour
		Formalidad
		Cercanía/Vecindad
	Autenticidad	Localismo
		Etnicidad
		Mundo empresarial/Corporativo
		Oficialidad estatal/Nacional
		Racionalidad
Estrategias desarrollo	Objetivo	Desarrollo económico
		Difusión cultural
		Educación cultural
	Público	Visitante
		Habitante
	Tipo de bien	Colectivización
		Focalización

Estas dimensiones deben ser codificadas para un total de 154 equipamientos. En concreto, cada sub-dimensión, para cada equipamiento, es codificada mediante un sistema de puntuaciones que oscilan entre los valores 1 y 5, donde 1 indicaría que se

trata de un equipamiento para el que la sub-dimensión es totalmente opuesta (valor 1) o totalmente constitutiva (valor 5). Además, el valor 99 se utiliza cuando el equipamiento resulta ambiguo respecto a la sub-dimensión que se trate, y el valor 88 cuando el codificador/a desconoce el equipamiento. El sistema de puntuación, común a todas las sub-dimensiones, es el que se refleja en la tabla 2.

Tabla 2. El sistema de codificación.

1	2	3	4	5	88	99
Se opone totalmente a la naturaleza de la amenity	Opuesta a la naturaleza de la amenity	Puntuación neutra respecto a la naturaleza de la amenity	Define la naturaleza de la amenity	Imprescindible para dar cuenta de la naturaleza de la amenity	Desconocimiento de la amenity por parte de la persona que codifica	Ambigüedad en la propia amenity

Para desarrollar el proceso de codificación, se acuerda que cada miembro del equipo codificará 25 amenities a la semana, constituyendo cada una de éstas una ‘ola de codificación’, en donde los 13 codificadores trabajan sobre las mismas amenities. Los resultados de cada ola de codificación se remiten al coordinador del proceso, que agrega los resultados en un único fichero distinguiendo la información de cada miembro del equipo, sobre el que analizar la fiabilidad de los datos. Este análisis es previo a la siguiente reunión, en la que el grupo discute sobre dificultades, posibles fallos, etc..., de manera que pueda ir mejorándose el proceso de codificación. En esta reunión, se trata de conocer la medida en que los codificadores entienden y usan del mismo modo el Manual de Codificación, en concreto, si las sub-dimensión se entienden y aplican de la misma forma, y en caso contrario, por qué y cómo mejorarla. Así, el equipo se ha reunido 5 veces, cada vez que se ha finalizado una ‘ola de codificación’ (un conjunto de 25 amenities para los 13 codificadores), manteniendo, asimismo, 5 reuniones de seguimiento y revisión. En la tabla 4 se muestran algunos detalles el desarrollo del proceso de codificación.

Tabla 3. Fases de cada 'ola de codificación'

Reuniones	Objetivo
Envío materiales	Para que el equipo de codificación estudie los materiales, se familiarice con ellos y pueda evidenciar posibles errores, inconsistencias y posibles mejoras
1ª Reunión	Puesta en común de los materiales enviados con anterioridad, aclaración de dudas y comienzo de la codificación.
1ª Ola de codificación	Codificación de 25 equipamientos por 13 codificadores
Reunión de Seguimiento	Dudas, problemas, etc. en la comprensión y aplicación de las sub-dimensiones Corrección del Manual de Codificación, en su caso (sobre todo, mejora en la definición de sub-dimensiones)
2ª ola de codificación	Codificación de los siguientes 25 equipamientos por los 13 codificadores
Reunión de seguimiento	Se procede a la clarificación de dudas sobre las amenities o sub-dimensiones, en el caso que proceda se mejorarán las definiciones de las sub-dimensiones
3ª ola de codificación	Codificación de las 25 amenities siguientes por los 13 codificadores
Reunión de seguimiento	En primer lugar, se aclaran dudas surgidas en el proceso y posteriormente se explican sub-dimensiones poco claras.
4ª ola de codificación	Codificación los 25 equipamientos siguientes por los 13 codificadores
Reunión de seguimiento	Se esclarecen dudas causadas por la naturaleza de las amenities, así como aclaraciones de las sub-dimensiones
5ª ola de codificación	Codificación del resto de amenities para terminar este proceso por los 13 codificadores, en este caso 57 equipamientos.
Repetición codificación 1ª y 2ª ola	Se repite la codificación de las dos primeras olas para conseguir mejorar sus datos. La repetición sólo se lleva a cabo en el enfoque social.
Repetición codificación 3ª 4ª y 5ª ola	Ante los resultados positivos en la anterior se decide repetir el resto de olas en el enfoque social, al igual que en el caso anterior.
Codificación Responsables	Se vuelve a codificar el enfoque económico y político por sus responsables con la finalidad de obtener puntuaciones más fiables.

Tabla 4. El proceso de codificación

R/O (1)	Fecha	Comentarios: dificultades, mejoras introducidas, etc...
R1	20/11/09	Aclaración sobre el proceso a seguir durante la codificación
O1	20/11/09	Se procede a la primera codificación basándose en las definiciones del Manual de Codificación
R2	26/11/09	La dimensión sector, no está definida en el manual de codificación. Artesanal y en masa crean confusión en determinadas amenities
O2	26/11/09	Se inicia una nueva ola de codificación tratando de mejorar los aspectos no claros en la codificación anterior
R3	03/12/09	Las dimensiones sector y organización productiva siguen siendo dificultosas y hay que añadir tipo de bien como problemática. Se procede a la aclaración de las dimensiones mencionadas y puesta en común de dificultades con el fin de solucionarlas.
O3	03/12/09	Se define la dimensión sector para proceder a la codificación.
R4	17/12/09	Hay amenities que por su naturaleza crean error como las relacionadas con la fabricación. Las dimensiones más dificultosas siguen siendo las mismas que las anteriores aunque nos centramos en la aclaración de tipo de bien.
O4	17/12/09	Se lleva a cabo una nueva definición de las dimensiones tipo de bien y sector.
R5	29/12/09	Organización productiva y sector crean, de nuevo, dificultades, así como distribución/consumo y producción/fabricación. Se procede a las aclaraciones necesarias.
O5	29/12/09	Se lleva a cabo una mejoría en la definición de organización productiva.
O1 y O2	18/02/10	Se vuelve a codificar por todos los implicados el enfoque social de las dos primeras olas.
O3, O4 y O5	08/03/10	Tras los positivos datos en la primera repetición, se lleva a cabo la segunda codificación en el enfoque social de las olas restantes.
CR	08/03/10	Los responsables de los enfoques económico y político codifican por segunda vez todas las olas.

R/O: reunión u Ola de codificación; CR: Codificación por responsables

3. Validez y fiabilidad

El proceso desarrollado supone que para cada equipamiento y sub-dimensión se obtienen 13 puntuaciones (una por cada codificador/a), las cuales deben coincidir para asegurar la fiabilidad del proceso desarrollado, en la medida en que el objetivo del proceso consiste en producir una puntuación media a partir de las 13 puntuaciones individuales. Ello supone calcular, previamente, la fiabilidad para cada sub-dimensión para cada equipamiento. En concreto, un test de fiabilidad de varios codificadores para un solo ítem (13 codificaciones, una sub-dimensión, un equipamiento).

Como es sabido, existen múltiples pruebas de fiabilidad para procesos manuales de codificación cuando se trata de 2 o más codificadores sobre varios ítems. En cambio, son casi inexistentes pruebas de fiabilidad de varios codificadores sobre un solo ítem. Aquí se ha utilizado el indicador r_{WG}^4 . Este indicador mide el grado de acuerdo en la puntuación de varios codificadores sobre un ítem, comparando la distribución obtenida del proceso de codificación con la distribución teórica de haber obtenido una puntuación por azar (en concreto, una distribución uniforme). Cuanto más cerca de esta distribución teórica, menos es el grado de acuerdo entre los codificadores, adoptando el indicador un valor cercano a 0, mientras que si los codificadores coinciden alrededor de una puntuación, mostrando pues la existencia de acuerdo, el indicador adoptaría un valor cercano a 1. En concreto, la operacionalización del indicador es la siguiente:

$$r_{WG(1)} = 1 - (S_{xj}^2 / \sigma_{EU}^2)$$

donde r_{wg} es el acuerdo intergrupar de un grupo de k codificadores para un solo ítem (x_j), s_{xj}^2 es la varianza observada en x_j , y σ_{EU}^2 es la varianza que cabría esperar en x_j si se debiera exclusivamente a un error aleatorio en la medición.

Aunque no existe acuerdo sobre el valor que debe adoptar este, u otros indicador de fiabilidad de codificaciones, parece razonable tomar como punto de corte el valor 0,60. Además, se han calculado la medida y desviación típica, constituyendo la segunda

⁴ El indicador es desarrollado por James, L.R.; Demaree, R.G. y Wolf, G. (1984): 'Estimating Within-Group Interrater Reliability With and Without Response Bias', *Journal of Applied Psychology*, 69(1): 85-98.

también un indicador de fiabilidad⁵. No obstante, esta última mide la desviación existente respecto a la media, mostrando la variabilidad entre codificadores, mientras que el indicador r_{wg} muestra el grado de acuerdo existente entre éstos. Este por ello por lo se hace uso del índice r_{wg} para las validaciones de los datos obtenidos por los codificadores.

Este proceso de análisis de la fiabilidad implica el cálculo de 5338 Indicadores (34 sub-dimensiones * 157 amenities). Ello supone un gran volumen de información a cotejar. Para ello se ha planteado una estrategia que va desde una visión general de los resultados a un análisis específico que permita identificar en qué casos se encuentran los niveles más bajos de fiabilidad, su posible origen, y en función de ellos, establecer estrategias de mejora.

Para proceder a su análisis se ha utilizado la siguiente estrategia. En primer lugar, establecer indicadores genéricos sobre la calidad de la codificación, tanto por la ausencia de información, como por su fiabilidad. En concreto, se han calculado cuatro indicadores, a saber: dos de ellos referidos a la falta de información, y otros dos a la fiabilidad. Los primeros son el porcentaje de codificaciones que suponen desconocimiento (valor 88) o ambigüedad (99) sobre el total de codificaciones realizadas (34 sub-dimensiones * 154 amenities * 13codificadores). Los indicadores de fiabilidad se refieren al porcentaje de casos en los que el índice de fiabilidad es superior a 0,5 o 0,60, sobre el total de índices de fiabilidad calculados (34 sub-dimensiones*157 amenities).

En segundo lugar, se analizarán las sub-dimensiones y amenities según el nivel de fiabilidad alcanzado, en concreto, el porcentaje de amenities para las que el indicador es mayor del valor 0,5 o al valor 0,60 en una misma sub-dimensión. Ello daría cuenta de la medida en que una dimensión (y/o amenity) está siendo entendida de igual modo por los codificadores.

⁵ Schmidt, F. y Hunter, J. (1989): 'Interrater Reliability Coefficients Cannot Be Computed When Only One Stimulus is Rated', en *Journal of Applied Psychology*, 74(2): 368-370.
James, L.R.; Demaree, R.G. y Wolf, G. (1993): 'rwg: An Assessment of Within-Group Interrater Agreement', *Journal of Applied Psychology*, 78(2): 30-6-309

En tercer lugar, se calculan las puntuaciones medias de los codificadores y se realizan análisis factoriales para validar la dimensionalidad del proceso de codificación; esto es, si las dimensiones se relacionan entre sí de una forma más o menos coherente.

Por último, debe comentarse que, en razón de los resultados de los indicadores de fiabilidad, se procedió a realizar una nueva codificación para mejorar este aspecto, tal y como se indicará más adelante; usando el mismo proceso de análisis de fiabilidad y validez que se acaba de reseñar.

4. La fiabilidad del proceso de codificación.

Haciendo uso de los cuatro indicadores señalados más arriba, una visión genérica del proceso de codificación muestra que, en general, existe niveles muy bajos de falta de información, y niveles medios de fiabilidad (tabla 5). En concreto, el porcentaje de ambigüedad o desconocimiento no supera el 2%. En cambio, el porcentaje de codificaciones superiores a la puntuación 0,6 en el indicador r_{wg} está en el 40%, subiendo casi al 60% si se considera 0,5 como punto de corte. En ambos casos, el nivel de fiabilidad es superior si se consideran las amenities que si se hace respecto a las dimensiones. Esto indica que, en general, existe mayor acuerdo entre los codificadores cuanto se consideran sus puntuaciones para una misma amenity que cuando se considera una misma sub-dimensión.

Tabla 5. Resumen de análisis fiabilidad

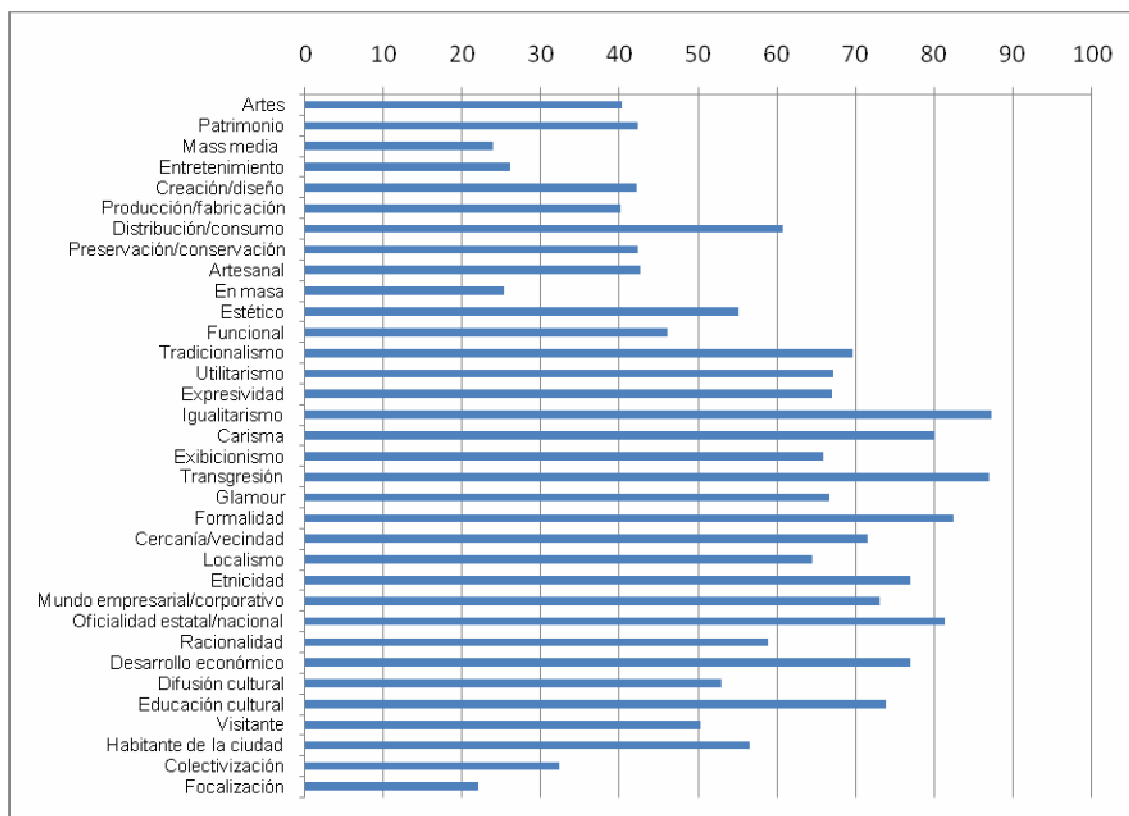
		Sub- dimensiones (columnas)	Amenities (filas)	Total
% 88	Grado desconocimiento	0,54	0,28	0,41
% 99	Grado ambigüedad	1,43	1,32	1,38
% $\geq 0,60$	Grado alto de fiabilidad	39,93	42,39	41,16
% $\geq 0,50$	Grado medio de fiabilidad	57,35	59,37	58,36

4.1. La fiabilidad según sub-dimensiones y olas: primera codificación.

Tomando como punto de corte el 0,5 del índice r_{wg} , el nivel de fiabilidad de las sub-dimensiones es bastante variable: 21 de las 34 sub-dimensiones tienen buenos niveles de fiabilidad, destacando las sub-dimensiones que se integran dentro de las dimensiones de teatricalidad y legitimidad. En el otro extremo, es decir, las sub-dimensiones con niveles más bajos, son: sector (mass-media y entretenimiento), organización productiva (en masa) y tipo de bien (focalización).

Gráfico 1. Fiabilidad por sub-dimensiones

Porcentaje de amenities con r_{wg} igual o superior a 0,5



Si prestamos atención en las amenities⁶ se aprecia que la mayoría alcanzan niveles muy aceptables: sólo 36 del total de 157 amenities muestran niveles inferiores al 0,5. En

⁶ El listado completo de amenities se puede consultar en el Anexo 2.

concreto, los niveles más altos se dan para camping, academia de danza y pintura, además de diversos tipos de museos y restaurantes. Los niveles más bajos, en el caso de Universidades privadas y otro tipo de equipamientos relacionados con la educación (como colegios).

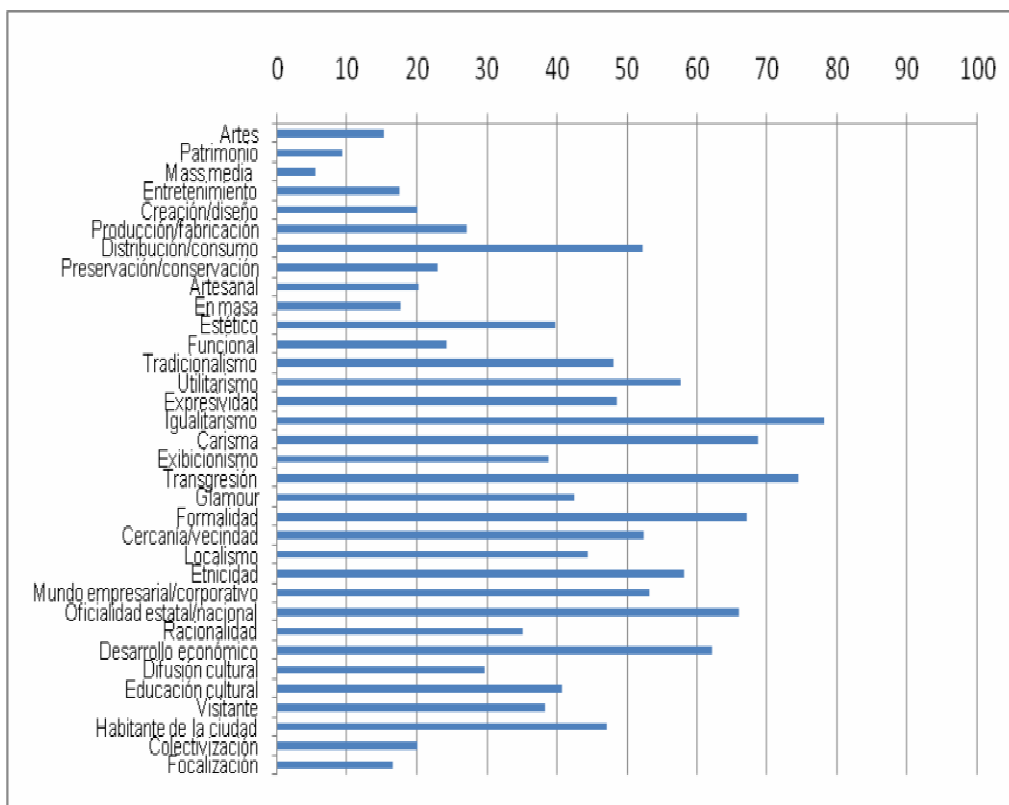
Evidentemente, los indicadores de fiabilidad son menores al usar como punto de corte valores igual o superiores a 0,60 del índice r_{wg} . Respecto a las sub-dimensiones, aun siendo los valores más bajos, aquellas que destacan por los niveles más bajos y más altos de fiabilidad son las mismas, mostrando, pues, bastante consistencia el proceso de codificación. (gráfico 2). No obstante, ha de señalarse que la diferencia más acusada es en la dimensión sector (mass-media y entretenimiento). Si se consideran las amenities⁷, ya que el número de estas que presenta niveles bajos pasa de 36 a 105 al subir el nivel de fiabilidad del 0,5 al 0,6. No obstante, siguen siendo los relacionados con la educación (como las universidades) o la sanidad (como los hospitales) los que muestran niveles más bajos; destacando, al contrario, en positivo, bellas artes, peñas flamencas y varias tipologías de museos. Esto es, al igual que para las sub-dimensiones, baja el nivel de fiabilidad, pero es consistente.

En parte, las diferencias en los niveles de fiabilidad pudieran explicarse en función de un ‘efecto maduración’, esto es, el hecho de que los codificadores vayan aprendiendo el manejo del Manual a medida que lo van usando. De hecho, el porcentaje de sub-dimensiones con valores superiores a los límites establecidos aumenta de una ola a otra: desde el 43% y el 28% en la primera ola, según se trata del límite del 0,5 o el 0,6, a valores iguales a 67% y 50%, respectivamente en la quinta y última ola.

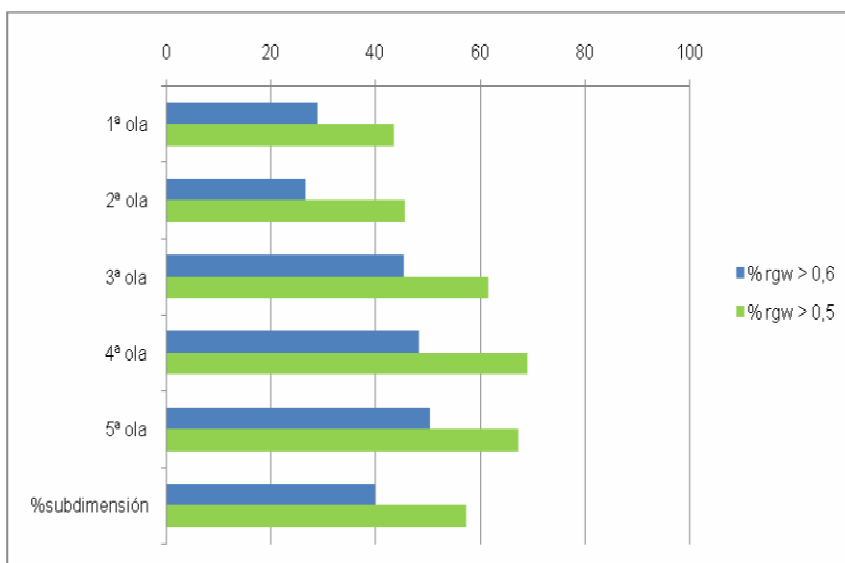
⁷ La lista completa se encuentra en el Anexo 2.

Gráfico 2. Fiabilidad por sub-dimensiones

Porcentaje de amenities con r_{wg} igual o superior a 0,6

**Gráfico 3. Fiabilidad por olas**

Porcentaje de sub-dimensiones con r_{wg} superior a 0,5 y 0,6



Ahora bien, el hecho de que exista cierto efecto maduración, como parecen mostrar los datos, no implica obviar las diferencias en los niveles de fiabilidad entre sub-dimensiones. A este respecto debe considerarse que en cada ola se codifican olas que pueden ser similares en algunas de las sub-dimensiones. El análisis detallado de los niveles de fiabilidad de las sub-dimensiones por olas vienen a mostrar que, en cierta medida, diferentes sub-dimensiones alcanzan niveles diferentes según que ola se considere (esto es, la similitud de las amenities que se codifican)⁸. Esto pudiera estar indicando cierto efecto de ‘contagio’.

4.2. La fiabilidad según sub-dimensiones y olas: segunda codificación

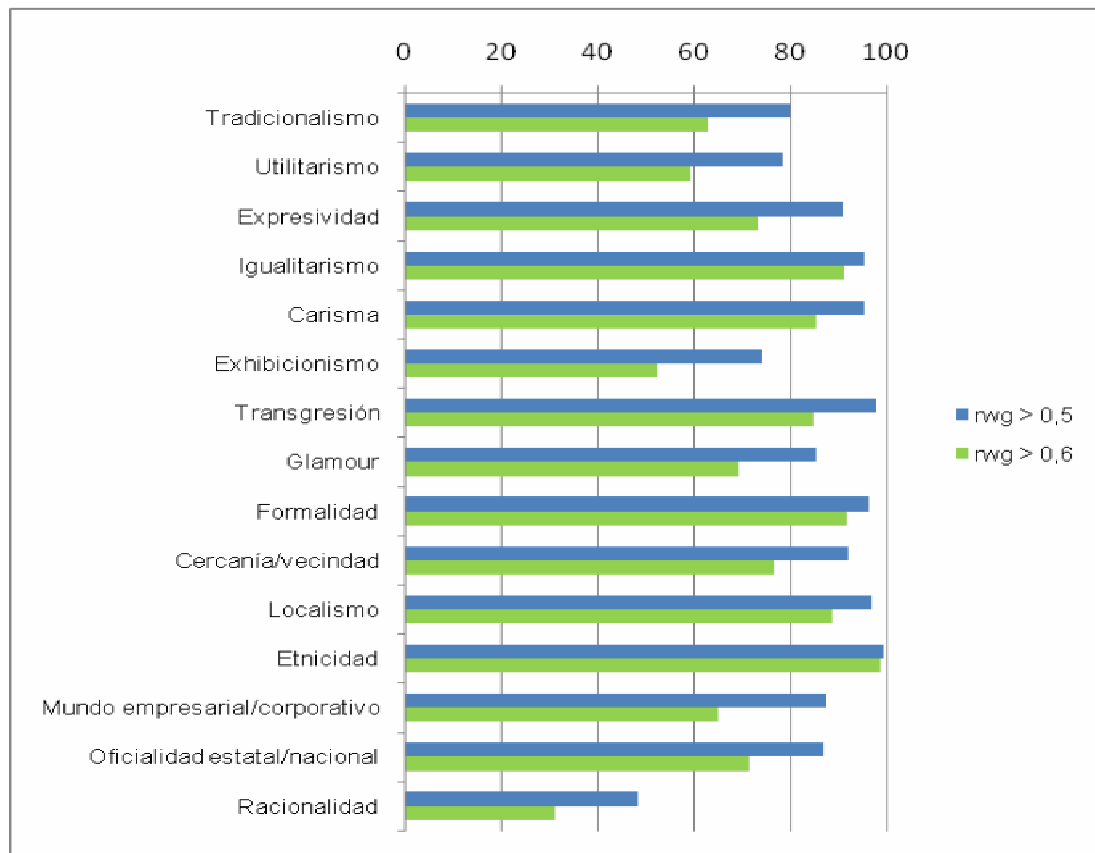
La conjunción de estos dos efectos (maduración y contagio) supone que, una vez detectados y comunicada su existencia al equipo de codificadores, un segundo proceso de codificación pudiera mejorar los niveles de fiabilidad. Más concretamente, se vuelven a codificar por tipo el equipo de las sub-dimensiones del ‘enfoque social’, haciéndolo sobre las sub-dimensiones de los otros enfoques los responsables del proceso de codificación.

El proceso de codificación se ha desarrollado de manera algo diferente que en la primera ocasión, ya que en la segunda codificación, al ser menos sub-dimensiones a codificar, en concreto, 15 son las que se han codificado de nuevo, no se ha dividido por olas, sino que se ha decidido codificar las 157 amenities de una vez. Este proceso se resume en el gráfico 4, que muestra la fiabilidad de cada sub-dimensión con índice $r_{wg} > 0,5$ y $r_{wg} > 0,6$. Como era de esperar, se aprecia en el gráfico que la fiabilidad que muestra el índice r_{wg} es mayor en todas las sub-dimensiones exceptuando la sub-dimensión racionalidad que baja respecto a la anterior. Con respecto al nivel de fiabilidad, se puede apreciar como los niveles de fiabilidad con un r_{wg} mayor a 0,6 son buenos, superando la barrera del 60% en la mayoría de las sub-dimensiones.

⁸ En el Anexo 3 se incluyen los gráficos para cada sub-dimensión y olas, así como unos breves comentarios sobre los resultados que estos reflejan.

Gráfico 4. Fiabilidad por sub-dimensiones segunda codificación

Porcentaje de sub-dimensiones con r_{wg} superior a 0,5 y 0,6



Esta tendencia al alza en los datos de las codificaciones respecto a la primera codificación, muestra con claridad lo que llamamos como efecto maduración, ya que la mejora es generalizada y con una cierta diferencia. Para ver estas mejoras, se elabora la tabla 6, en la que puede apreciarse las mejoras en el proceso de codificación para las sub-dimensiones del ‘enfoque social’. En general, puede apreciarse, pues, cierta mejora en el proceso de codificación al realizarla de nuevo.

Tabla 6. Resumen del análisis de fiabilidad. Sub-dimensiones ‘enfoque social’.

Porcentaje de sub-dimensiones con r_{wg} superior a 0,5

Dimensión	Sub-dimensión	1ª codificación	2ª codificación	Coefficiente de mejora (%) (1)	Media
Legitimidad	Tradicionalismo	69,54	79,89	15	74,72
	Utilitarismo	67,05	78,37	17	72,71
	Expresividad	66,89	90,74	36	78,82
	Igualitarismo	87,20	95,30	09	91,25
	Carisma	80,10	95,40	19	87,75
Teatricalidad	Exhibicionismo	65,89	74,18	13	70,04
	Transgresión	86,95	97,70	12	92,33
	Glamour	66,60	85,19	28	75,90
	Formalidad	82,40	96,10	17	89,25
	Cercanía/Vecindad	71,40	91,94	29	81,67
Autenticidad	Localismo	64,39	96,74	50	80,57
	Etnicidad	77,00	99,30	29	88,15
	Mundo empresarial/Corporativo	73,00	87,34	20	80,17
	Oficialidad estatal/Nacional	81,25	86,89	07	84,07
	Racionalidad	58,79	48,42	82	53,61

(1) Coeficiente de mejora= % de la 2ª codificación sobre la 1ª codificación

5. La validez del proceso de codificación.

Además de analizar la fiabilidad del proceso de codificación, se ha realizado análisis sobre su validez. De hecho, el objetivo del proceso de codificación es producir una puntuación media de cada sub-dimensión para cada amenity. Una forma de validar tales puntuaciones consiste en analizar si los patrones de asociación entre las sub-dimensiones refelajn la estructura analítica que subyace al proceso de codificación. Para ello hemos aplicado análisis factorial de componentes principales sobre las sub-dimensiones constitutivas de las dimensiones de cada enfoque. El análisis ha sido

aplicado tres veces, a saber: sobre las puntuaciones medias resultantes del primer proceso de codificación, del segundo proceso, y sobre la media de ambos. En general, los resultados obtenidos vienen a validar las puntuaciones asignadas: la dimensionalidad de las puntuaciones es, básicamente, similar entre el primer proceso de codificación y el segundo, confirmándose, obviamente, en el análisis realizado con la media de ambos. Dado que, salvo en algún caso, este es el patrón común, sólo existiendo grandes diferencias entre los dos primeros análisis factoriales para alguna dimensión, las puntuaciones que se usarán en los análisis posteriores del proyecto serán la media de los dos procesos de codificación.

Tabla 7. Análisis factoriales de la dimensión sector

	Primera codificación		Segunda codificación	Media codificaciones
	1	2	1	1
Artes	,888	,240	,889	,886
Patrimonio	,945	-,051	,858	,846
Mass-media	-,070	,911	,637	,638
Entretenimiento	,422	,604	,687	,494
% Varianza	46,588	31,392	60,097	53,774
% Varianza acumulada	46,588	77,979	60,097	53,774

Así, respecto a la dimensión ‘sector’, en la primera codificación se aprecian dos componentes, mientras que en la segunda y la media de ambas tan solo se representa un componente (tabla 7). En esta primera dimensión se aprecian diferencias entre las codificaciones: en la primera artes y patrimonio se posicionan frente a mass-media en el primer componente, mientras que en el segundo componente entretenimiento y mass-media se sitúan frente a patrimonio. En cambio, la segunda codificación se forma tan sólo un componente en el que las cuatro sub-dimensiones se relacionan entre sí, lo mismo que sucede en la media de ambas codificaciones, aunque la relación se suaviza respecto a la segunda codificación.

Los análisis factoriales de la segunda dimensión, “función principal” (tabla 8), muestra como tanto en la primera codificación como en la segunda, se extraen dos componentes, aunque se obtiene tan sólo uno cuando se consideran las dos codificaciones. En la primera, creación/diseño se relaciona con producción/fabricación, en el segundo

componente, distribución/consumo se sitúa frente a prevención/conservación. En la segunda codificación se aprecian diferencias notables respecto a la primera, por ejemplo, se aprecia como en el primer componente producción/fabricación y creación/diseño se unen frente a distribución/consumo, mientras que en el segundo componente las cuatro sub-dimensiones se relacionan entre sí, sobre todo, creación/diseño con preservación/conservación. En la media de ambas codificaciones, se aprecia un solo factor en la que las sub-dimensiones de creación/diseño y producción/fabricación se sitúan frente a distribución/consumo. En general, pues, aparece una dimensionalidad realacionada con la creación y/o producción, por un lado, y la distribución, por otro.

Tabla 8. Análisis factoriales de la dimensión función principal

	Primera codificación		Segunda codificación		Media codificaciones
	1	2	1	2	1
Creación/diseño	,946	,145	,601	,613	,857
Producción/fabricación	,930	,107	,910	,255	,929
Distribución/consumo	,010	-,875	-,831	,359	-,650
Preservación/conservación	,274	,776	-,071	,876	,402
% Varianza	45,872	45,872	47,123	47,123	54,549
% Varianza acumulada	34,991	80,863	33,425	80,548	54,549

La dimensión “organización productiva” está formada por dos sub-dimensiones, por lo que se han realizado correlaciones para observar la relación existente entre ambas (tabla 8). Tanto en la primera codificación, como en la segunda y las medias, se aprecia la misma tendencia: estas dos sub-dimensiones se contraponen una a otra. Esta oposición se remarca más en la segunda codificación ($r=-0,890$), siendo la primera la más leve ($r=-0,557$), aunque apreciando, de forma clara, que no existe ninguna relación entre ellas ($r=-0,882$).

Los resultados son similares respecto a la dimensión referida al “uso principal”, está formada por dos sub-dimensiones: estético y funcional se relacionan negativamente

entre sí, siendo la primera codificación la que muestra de forma más clara esta correlación negativa ($r=-0,739$), y por tanto, seguida de la media ($r=-0,734$), y la segunda codificación ($-0,511$).

Para la dimensión “legitimidad” aparecen en los tres análisis dos factores o dimensiones básicas (tabla 10): expresividad y carisma frente a utilitarismo e igualitarismo, en el primer factor, mientras que en el segundo lo hacen tradicionalismo e igualitarismo frente a carisma y utilitarismo.

Tabla 11. Análisis factorial de la dimensión Legitimidad

	Primera codificación		Segunda codificación		Media codificaciones	
	1	2	1	2	1	2
Tradicionalismo	,412	,740	,483	,662	,458	,667
Utilitarismo	-,842	-,103	-,837	-,098	-,827	-,114
Expresividad	,870	,065	,868	,048	,862	,038
Igualitarismo	-,366	,788	-,261	,861	-,272	,845
Carisma	,859	-,234	,828	-,350	,822	-,368
% Varianza	50,102	50,102	48,821	48,821	47,673	26,183
% Varianza acumulada	24,778	74,880	26,303	75,124	47,673	73,856

En la dimensión “teatricalidad” sucede algo parecido que en la dimensión anterior, ya que en los tres análisis realizados con las diferentes puntuaciones muestran unos datos muy similares entre ellas (Tabla 10). En las tres codificaciones se aprecian dos factores y la relación entre las sub-dimensiones es la misma, en el primer componente se relacionan las sub-dimensiones de exhibicionismo, transgresión y glamour frente a cercanía/vecindad y en el segundo componente formalidad se contrapone a transgresión, exhibicionismo y cercanía/vecindad.

Tabla 12. Análisis factorial de la dimensión teatricalidad

	Primera codificación		Segunda codificación		Medias codificaciones	
	1	2	1	2	1	2
Exhibicionismo	,911	-,165	,862	-,320	,904	-,206
Transgresión	,787	-,445	,646	-,584	,744	-,466
Glamour	,889	,123	,889	,081	,871	,142
Formalidad	,041	,958	,092	,924	,057	,942
Cercanía/vecindad	-,592	-,157	-,653	-,080	-,598	-,157
% Varianza	51,831	51,831	47,710	47,710	49,804	23,834
% Varianza acumulada	23,682	75,512	26,201	73,911	49,804	73,638

Los análisis factoriales de la dimensión “autenticidad” muestran resultados similares (tabla 11). En los tres procesos diferentes se aprecian dos componentes y la relación entre sub-dimensiones es siempre la misma. La sub-dimensión oficialidad estatal se relaciona con la racionalidad frente a la sub-dimensión mundo empresarial-corporativo. En el segundo componente las sub-dimensiones de localismo y etnicidad se relacionan entre sí frente a mundo empresarial corporativo y racionalidad.

Tabla 13. Análisis factorial de la dimensión autenticidad

	Primera codificación		Segunda codificación		Medias codificaciones	
	1	2	1	2	1	2
Localismo	,227	,838	,136	,858	,171	,860
Etnicidad	-,004	,892	-,072	,877	-,042	,877
Mundo empresarial corporativo	-,663	-,170	-,642	-,456	-,643	-,321
Oficialidad estatal nacional	,800	,311	,906	,087	,880	,119
Racionalidad	,878	-,147	,901	-,149	,883	-,187
% Varianza	38,061	38,061	41,375	41,375	39,947	33,219
% Varianza acumulada	32,901	70,962	34,867	76,241	39,947	73,166

En la dimensión “objetivo”, que incluye las sub-dimensiones de desarrollo económico, difusión cultural y educación cultural, los resultados son similares en los tres análisis (Tabla 12):

difusión cultural y educación cultural se relacionan de forma positiva, frente a la sub-dimensión desarrollo económico, que se sitúa frente a las anteriores.

Tabla 14. Análisis factorial de la dimensión objetivo

	Primera codificación	Segunda codificación	Medias codificación
	1	1	1
Desarrollo económico	-,595	-,555	-,561
Difusión cultural	,898	,912	,902
Educación cultural	,955	,951	,956
% Varianza	69,133	68,166	68,064
% Varianza acumulado	69,133	68,166	68,064

La correlación entre las dos sub-dimensiones de la dimensión “público-objetivo” muestran resultados diferentes, aunque en general, indicando que no se relacionan entre sí: la relación entre ‘visitante’ y ‘habitante’ casi no existe en la primera codificación (0,092), es alta y negativa en la segunda ($r=-0,875$) y, por tanto, moderada y negativa en el caso de las puntuaciones medias de las dos anteriores ($r=-0,354$)

La última dimensión, “tipo de bien”, está formada por las sub-dimensiones colectivización y focalización, y la correlación entre ellas es negativa en los tres casos, desde un valor bastante alto en la primera ($r=-0,756$), a más bajo en la segunda ($r=-0,469$), y por tanto, entre ellos en el análisis con las puntuaciones medias ($r=-0,512$).

ANEXOS

ANEXO 1. LISTA COMPLETA AMENITIES

Universidades privadas	Arqueología
Colegios privados	Joyerías
Intérpretes	Artículos para bebés
Bazares	Centros de salud
Jugueterías	Hospitales públicos
Peleterías	Hospitales privados
Escuela de hostelería	Comercio al por mayor de perfumeria y productos de belleza
Colegio oficial	Actividades de prestacion de servicios sociales con alojamiento
Bussines center y centros de negocio	Actividades de prestacion de servicios sociales sin alojamiento
Congresos	Actividades de organizaciones empresariales y patronales
Alimentacion dietetica	Museos de ciencias naturales (2008)
Colegios concertados	Otras actividades de espectaculos
Institutos de educación secundaria	Edición de periódicos y revistas
Universidades públicas	Investigación y desarrollo
Guarderías	Bodegas
Edicion de libros	Casinos
Ebanistas y ebanistería	Loterías
Trajes de novia	Comercio al por menor de productos de tabaco
Clínicas privadas	Comercio al por menor de productos farmaceuticos
Asociaciones empresariales	Comercio al por menor de articulos medicos y ortopedicos
Tiendas de deporte	Restaurantes de comida china
Café	Campos de golf
Monumento histórico	Enología
Tuning	Fabricacion de ordenadores y otro tipo de equipo informatico
Colegios públicos	Comercio al por menor de cosmesticos y articulos de tocador
Elaboracion de vinos	Produccion cinematografica y video
Asociaciones Profesionales	Gestion de salas de expectaculos
Edicion de soportes de sonido grabado	Actividades de ferias y parques de atracciones
Asociación cultural	Actividades de museos y conservacion de edificios y lugares historicos
Galerías de arte	Casas museo (2008)
Promoción cultural	Colegios mayores y residencias de estudiantes
Corte de cabello	Restaurantes de comida regional española
Escuela oficial de idiomas	Mercerías
Centros médicos	Bordados

Fabricacion de material fotografico virgen y preparados quimicos para fotografia	Comercio al por menor de textiles
Distribucion de películas	Establecimientos de bebidas
Actividades de mantenimiento fisico corporal	Alquiler de efectos personales y enseres domesticos
Museos de sitio (2008)	Enseñanza para adultos y otro tipo de enseñanza
Restaurantes de comida vegetariana	Actividades de radio y television
Comercio al por mayor de prendas de vestir y calzado	Museos Arqueologicos (2008)
Comercio al por mayor de aparatos electrodomesticos y de aparatos de radio y television	Museos de etnografia y antropologia (2008)
Comercio al por menor de calzado y articulos de cuero	Museos de historia (2008)
Comercio al por menor de muebles, aparatos de iluminacion y otros articulos para el hogar	Otros museos/Colecciones (2008)
Comercio al por menor de electrodomesticos, aparatos de radio, television y sonido	Bibliotecas (2008)
Comercio al por menor de libros, periodicos y papeleria	Balnearios y spa´s
Tatoos	Tratamientos de belleza y estética
Fabricacion instrumentos de optica y de equipo fotografico	Impresión de periódicos y otros
Comercio al por menor de prendas de vestir	Hoteles, moteles, hostales y pensiones con restaurante
Comercio al por menor de bienes de segunda mano, en establecimiento	Publicidad
Actividades medicas	Actividades de fotografia
Actividades de jardines botanicos, zoologicos y parques nacionales	Actividades odontologicas
Academias de peluquería/corte y confección	Actividades veterinarias
Restaurantes de comida asiática	Museos de arte contemporaneo (2008)
Restaurantes de comida europea	Museos especializados (2008)
Restaurantes de alta cocina	Museos generales (2008)
Tabernas y tapas	Festivales de cine (2008)
Restaurantes de comida tradicional o auténtica	Espacios escénicos (2008)
Comercio al por menor de alimentos en establecimientos especializados	Peñas flamencas (2008)
Intermediación financiera (excepto seguros y planes de pensiones)	Bellas artes
Actividades informáticas	Erotismo
Servicios técnicos a empresas	Artes gráficas y actividades de los servicios relacionados con las mismas
Flamenco	Telecomunicaciones
Envíos de dinero	Alquiler de medios de transporte aereo
Fabricacion de aparatos de recepcion, grabacion y reproduccion de sonido e imagen	Enseñanza secundaria de formacion tecnica y profesional
Fabricacion de articulos de joyeria, orfebreria, plateria y objetos similares	Coches clásicos y de lujo
Comercio al por menor con predominio de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos no	Artículos de fiesta y disfraces

especializados	
Actividades de secretaria y traduccion	Comidas preparadas y para llevar
Gestion de estadios y otras instalaciones deportivas	Restaurantes de comida americana
Museos de artes decorativas (2008)	Restaurantes de comida africana
Museos de ciencia y tecnología (2008)	Restaurantes de comida hispanoamericana
Salas de cine (2008)	Fabricacion de articulos ceramicos de uso domestico y ornamental
Clínicas de estética y cirugía plástica	Fabricacion de juegos y juguetes
Naturismo, homeopatía y alimentación ecológica_r	Restaurantes
Restaurantes de comida rápida	Alquiler de medios de navegacion
Tabernas	Creacion e interpretacion artistica y literaria
Fabricacion de instrumentos musicales	Museos de bellas artes (2008)
Fabricacion de articulos de deportes	Academias de danza/pintura
Comercio al por menor de bebidas	Camping
Hoteles, moteles, hostales y pensiones sin restaurante	

ANEXO 2. LISTA DE AMENITIES R_{WG} 0,5.

Universidades privadas	23,53	Arqueología	50,00
Colegios privados	26,47	Joyerías	50,00
Intérpretes	29,41	Artículos para bebés	50,00
Bazares	29,41	Centros de salud	50,00
Jugueterías	29,41	Hospitales públicos	50,00
Peleterías	29,41	Hospitales privados	50,00
Escuela de hostelería	32,35	Comercio al por mayor de perfumeria y productos de belleza	50,00
Colegio oficial	32,35	Actividades de prestacion de servicios sociales con alojamiento	50,00
Bussines center y centros de negocio	32,35	Actividades de prestacion de servicios sociales sin alojamiento	50,00
Congresos	32,35	Actividades de organizaciones empresariales y patronales	50,00
Alimentacion dietetica	35,29	Museos de ciencias naturales (2008)	50,00
Colegios concertados	35,29	Otras actividades de espectaculos	52,94
Institutos de educación secundaria	35,29	Edición de periódicos y revistas	52,94
Universidades públicas	35,29	Investigación y desarrollo	52,94
Guarderías	38,24	Bodegas	52,94
Edicion de libros	38,24	Casinos	52,94
Ebanistas y ebanistería	41,18	Loterías	52,94
Trajes de novia	41,18	Comercio al por menor de productos de tabaco	52,94
Clínicas privadas	41,18	Comercio al por menor de productos farmaceuticos	52,94
Asociaciones empresariales	41,18	Comercio al por menor de articulos medicos y ortopedicos	52,94
Tiendas de deporte	41,18	Restaurantes de comida china	55,88
Café	44,12	Campos de golf	55,88
Monumento histórico	44,12	Enología	55,88
Tuning	44,12	Fabricacion de ordenadores y otro tipo de equipo informatico	55,88
Colegios públicos	44,12	Comercio al por menor de cosmesticos y articulos de tocador	55,88
Elaboracion de vinos	44,12	Produccion cinematografica y video	58,82
Asociaciones Profesionales	44,12	Gestion de salas de expectaculos	58,82
Edicion de soportes de sonido grabado	44,12	Actividades de ferias y parques de atracciones	58,82
Asociación cultural	47,06	Actividades de museos y conservacion de edificios y lugares historicos	58,82
Galerías de arte	47,06	Casas museo (2008)	58,82
Promoción cultural	47,06	Colegios mayores y residencias de estudiantes	58,82
Corte de cabello	47,06	Restaurantes de comida regional española	58,82
Escuela oficial de idiomas	47,06	Mercerías	58,82
Centros médicos	47,06	Bordados	58,82

Fabricacion de material fotografico virgen y preparados quimicos para fotografia	47,06	Comercio al por menor de textiles	58,82
Distribucion de películas	47,06		
Actividades de mantenimiento fisico corporal	61,76	Establecimientos de bebidas	70,59
Museos de sitio (2008)	61,76	Alquiler de efectos personales y enseres domesticos	70,59
Restaurantes de comida vegetariana	61,76	Enseñanza para adultos y otro tipo de enseñanza	70,59
Comercio al por mayor de prendas de vestir y calzado	61,76	Actividades de radio y television	70,59
Comercio al por mayor de aparatos electrodomesticos y de aparatos de radio y television	61,76	Museos Arqueologicos (2008)	70,59
Comercio al por menor de calzado y articulos de cuero	61,76	Museos de etnografia y antropologia (2008)	70,59
Comercio al por menor de muebles, aparatos de iluminacion y otros articulos para el hogar	61,76	Museos de historia (2008)	70,59
Comercio al por menor de electrodomesticos, aparatos de radio, television y sonido	61,76	Otros museos/Colecciones (2008)	70,59
Comercio al por menor de libros, periodicos y papeleria	61,76	Bibliotecas (2008)	70,59
Tatoos	64,71	Balnearios y spa's	70,59
Fabricacion instrumentos de optica y de equipo fotografico	64,71	Tratamientos de belleza y estética	70,59
Comercio al por menor de prendas de vestir	64,71	Impresión de periódicos y otros	70,59
Comercio al por menor de bienes de segunda mano, en establecimiento	64,71	Hoteles, moteles, hostales y pensiones con restaurante	73,53
Actividades medicas	64,71	Publicidad	73,53
Actividades de jardines botanicos, zoologicos y parques nacionales	64,71	Actividades de fotografia	73,53
Academias de peluquería/corte y confección	64,71	Actividades odontologicas	73,53
Restaurantes de comida asiática	64,71	Actividades veterinarias	73,53
Restaurantes de comida europea	64,71	Museos de arte contemporaneo (2008)	73,53
Restaurantes de alta cocina	64,71	Museos especializados (2008)	73,53
Tabernas y tapas	64,71	Museos generales (2008)	73,53
Restaurantes de comida tradicional o auténtica	64,71	Festivales de cine (2008)	73,53
Comercio al por menor de alimentos en establecimientos especializados	64,71	Espacios escénicos (2008)	73,53
Intermediación financiera (excepto seguros y planes de pensiones)	64,71	Peñas flamencas (2008)	73,53
Actividades informáticas	64,71	Bellas artes	73,53
Servicios técnicos a empresas	64,71	Erotismo	73,53
Flamenco	67,65	Artes gráficas y actividades de los servicios relacionados con las mismas	73,53
Envíos de dinero	67,65	Telecomunicaciones	76,47
Fabricacion de aparatos de recepcion, grabacion y reproduccion de sonido e imagen	67,65	Alquiler de medios de transporte aereo	76,47
Fabricacion de articulos de joyeria, orfebreria, plateria y objetos similares	67,65	Enseñanza secundaria de formacion tecnica y profesional	76,47
Comercio al por menor con predominio de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos	67,65	Coches clásicos y de lujo	76,47

no especializados			
Actividades de secretaria y traduccion	67,65	Artículos de fiesta y disfraces	76,47
Gestion de estadios y otras instalaciones deportivas	67,65	Comidas preparadas y para llevar	76,47
Museos de artes decorativas (2008)	67,65	Restaurantes de comida americana	76,47
Museos de ciencia y tecnologia (2008)	67,65	Restaurantes de comida africana	76,47
Salas de cine (2008)	67,65	Restaurantes de comida hispanoamericana	76,47
Clínicas de estética y cirugía plástica	67,65	Fabricacion de articulos ceramicos de uso domestico y ornamental	76,47
Naturismo, homeopatía y alimentación ecológica_r	67,65	Fabricacion de juegos y juguetes	76,47
Restaurantes de comida rápida	67,65	Restaurantes	79,41
Tabernas	70,59	Alquiler de medios de navegacion	79,41
Fabricacion de instrumentos musicales	70,59	Creacion e interpretacion artistica y literaria	79,41
Fabricacion de articulos de deportes	70,59	Museos de bellas artes (2008)	79,41
Comercio al por menor de bebidas	70,59	Academias de danza/pintura	79,41
Hoteles, moteles, hostales y pensiones sin restaurante	70,59	Camping	82,35

LISTA AMENITIES A 0,6 R_{WG}

Universidades privadas	14,71	Gestion de salas de espectaculos	35,29
Hospitales privados	17,65	Colegios mayores y residencias de estudiantes	35,29
Asociaciones empresariales	17,65	Edición de periódicos y revistas	35,29
Bazares	17,65	Bodegas	38,24
Peleterías	17,65	Colegios públicos	38,24
Alimentacion dietetica	20,59	Joyerías	38,24
Colegio oficial	20,59	Enología	38,24
Universidades públicas	20,59	Tatoos	38,24
Intérpretes	20,59	Bordados	38,24
Congresos	20,59	Fabricacion de material fotografico virgen y preparados quimicos para fotografia	38,24
Tiendas de deporte	20,59	Comercio al por menor de libros, periodicos y papeleria	38,24
Escuela de hostelería	23,53	Actividades de jardines botanicos, zoologicos y parques nacionales	38,24
Ebanistas y ebanistería	23,53	Academias de peluquería/corte y confección	38,24
Colegios privados	23,53	Restaurantes de comida vegetariana	38,24
Trajes de novia	23,53	Investigación y desarrollo	38,24
Centros médicos	23,53	Arqueología	41,18
Clínicas privadas	23,53	Envíos de dinero	41,18
Hospitales públicos	23,53	Comercio al por mayor de prendas de vestir y calzado	41,18
Bussines center y centros de negocio	23,53	Comercio al por mayor de perfumeria y productos de belleza	41,18
Jugueterías	23,53	Comercio al por menor de muebles, aparatos de iluminacion y otros articulos para el hogar	41,18
Comercio al por menor de productos farmaceuticos	23,53	Comercio al por menor de electrodomesticos, aparatos de radio, television y sonido	41,18
Actividades de prestacion de servicios sociales sin alojamiento	23,53	Actividades veterinarias	41,18
Café	26,47	Actividades de ferias y parques de atracciones	41,18
Galerías de arte	26,47	Museos de sitio (2008)	41,18
Escuela oficial de idiomas	26,47	Clínicas de estética y cirugía plástica	41,18
Guarderías	26,47	Restaurantes de comida china	41,18
Edicion de libros	26,47	Tabernas y tapas	41,18
Campos de golf	26,47	Comercio al por menor de alimentos en establecimientos especializados	41,18
Corte de cabello	29,41	Fabricacion de aparatos de recepcion, grabacion y reproduccion de sonido e imagen	44,12
Institutos de educación secundaria	29,41	Fabricacion instrumentos de optica y de equipo fotografico	44,12
Elaboracion de vinos	29,41	Comercio al por mayor de aparatos electrodomesticos y de aparatos de radio y television	44,12
Casinos	29,41	Comercio al por menor de productos de tabaco	44,12
Asociaciones Profesionales	29,41	Comercio al por menor de textiles	44,12
Actividades de prestacion de servicios sociales con alojamiento	29,41	Comercio al por menor de calzado y articulos de cuero	44,12

Distribucion de películas	29,41	Comercio al por menor de bienes de segunda mano, en establecimiento	44,12
Otras actividades de espectaculos	29,41	Camping	44,12
Asociación cultural	32,35	Actividades de secretaria y traduccion	44,12
Monumento histórico	32,35	Actividades odontologicas	44,12
Tuning	32,35	Actividades de mantenimiento fisico corporal	44,12
Colegios concertados	32,35	Casas museo (2008)	44,12
Tabernas	32,35	Restaurantes de comida europea	44,12
Centros de salud	32,35	Restaurantes de alta cocina	44,12
Comercio al por menor de cosméticos y artículos de tocador	32,35	Restaurantes de comida rápida	44,12
Museos de ciencias naturales (2008)	32,35	Intermediación financiera (excepto seguros y planes de pensiones)	44,12
Promoción cultural	35,29	Actividades informáticas	44,12
Mercerías	35,29	Artículos para bebés	47,06
Loterías	35,29	Telecomunicaciones	47,06
Edicion de soportes de sonido grabado	35,29	Actividades medicas	47,06
Fabricacion de ordenadores y otro tipo de equipo informatico	35,29	Actividades de museos y conservacion de edificios y lugares historicos	47,06
Comercio al por menor de articulos medicos y ortopedicos	35,29	Museos de arte contemporaneo (2008)	47,06
Alquiler de medios de transporte aereo	35,29	Tratamientos de belleza y estética	47,06
Actividades de organizaciones empresariales y patronales	35,29	Restaurantes de comida regional española	47,06
Flamenco	50,00	Artes gráficas y actividades de los servicios relacionados con las mismas	47,06
Comercio al por menor predominio alimentos	50,00	Hoteles, moteles sin restaurante	58,82
Comercio al por menor de bebidas	50,00	Enseñanza tecnica y profesional	58,82
Comercio al por menor prendas de vestir	50,00	Museos de historia (2008)	58,82
Museos de ciencia y tecnologia (2008)	50,00	Otros museos/Colecciones (2008)	58,82
Restaurantes de comida americana	50,00	Salas de cine (2008)	58,82
Restaurantes tradicional o auténtica	50,00	Bibliotecas (2008)	58,82
Restaurantes	52,94	Naturismo, homeopatía	58,82
Alquiler de medios de navegacion	52,94	Fabricacion articulos ceramicos	61,76
Alquiler efectos personales	52,94	Fabricacion de juegos y juguetes	61,76
Actividades de radio y television	52,94	Establecimientos de bebidas	61,76
Gestion de estadios deportivas	52,94	Publicidad	61,76
Erotismo	52,94	Actividades de fotografia	61,76
Restaurantes hispanoamericana	52,94	Museos especializados (2008)	61,76
Impresión de periódicos y otros	52,94	Museos generales (2008)	61,76
Servicios técnicos a empresas	52,94	Balnearios y spa's	61,76
Fabricacion articulos de joyeria	55,88	Comidas preparadas y para llevar	61,76
Enseñanza para adultos	55,88	Academias de danza/pintura	61,76

Produccion cinematografica y video	55,88	Restaurantes de comida africana	61,76
Creacion artistica y literaria	55,88	Fabricacion instrumentos musicales	64,71
Museos Arqueologicos (2008)	55,88	Museos de bellas artes (2008)	64,71
Museos de artes decorativas (2008)	55,88	Espacios escénicos (2008)	64,71
Museos de etnografia y antropologia	55,88	Coches clásicos y de lujo	64,71
Restaurantes de comida asiática	55,88	Artículos de fiesta y disfraces	64,71
Fabricacion de articulos deportes	58,82	Festivales de cine (2008)	67,65
Hoteles, moteles con restaurante	58,82	Peñas flamencas (2008)	67,65
		Bellas artes	67,65

ANEXO 3. GRÁFICOS POR OLAS

En la primera ola de codificación a 0,5 r_{wg} , observamos los bajos resultados que en general obtienen las sub-dimensiones, destacando de forma negativa los resultados de las dimensiones tipo de bien y sector, focalización y mass media son las sub-dimensiones con datos más bajos. Las dimensiones de teatricalidad y legitimidad son las que muestran mejores datos, aunque no destacan como positivos, transgresión es la sub-dimensión que mejores resultados muestra.

En la segunda ola de codificación, se puede observar como los resultados tienen una leve mejoría en general, apreciándose de una forma notable en las dimensiones sector y tipo de bien, las que peores datos mostraban en la primera ola y focalización y mass media obtienen una mejoría notable y dejan de ser las sub-dimensiones más problemáticas, que en esta ola son colectivización y preservación/conservación. Al igual que en la primera ola, son las dimensiones de legitimidad y teatricalidad la que mejores datos obtienen, además de obtener una leve mejoría que en la ola anterior.

Lo más destacable en la tercera ola son los bajos datos que obtiene la dimensión tipo de bien, con un 0 en sus dos sub-dimensiones, además la dimensión sector también obtiene unos datos más bajos que en la ola anterior. En el resto de dimensiones, se aprecia una notable mejora siendo legitimidad, teatricalidad y autenticidad las que están mejor posicionadas. Habitante de la ciudad es una de las sub-dimensiones que mayor mejoría muestra.

El mayor cambio que se aprecia en la cuarta ola es la mejoría en la dimensión tipo de bien, que en la anterior ola ambas sub-dimensiones conseguían una puntuación de 0 y en esta colectivización supera el 60% y focalización el 50%. Es la ola que mejores datos consigue en general y vuelven a salir las dimensiones de legitimidad, teatricalidad y autenticidad con mejores valores, que llegan a rozar el 95%. En esta ocasión es la sub-dimensión en masa la que muestra peores datos, junto con entretenimiento y mass media.

La última ola sigue la estela de la anterior aunque se produce un ligero empeoramiento general, debido a la bajada que sufren los datos en la dimensión sector y tipo de bien.

Por otro lado, las dimensiones con mejores datos siguen siendo las mismas que en olas anteriores, manteniendo sus buenos resultados.

En la primera ola de codificación a 0,6 r_{wg} , los datos muestran como esta es la que tiene un grado de acuerdo más bajo entre los codificadores, siendo problemáticas varias sub-dimensiones como mass media, creación/diseño, producción/fabricación, distribución/consumo, artesanal, en masa, colectivización y focalización, siendo estas sub-dimensiones en las que más de la mitad de los datos están por debajo del 0,6, según los índices de r_{wg} . Llama la atención como en la sub-dimensión en masa existen muchos valores negativos, que hacen referencias a amenities de educación como son, por ejemplo, los colegios. Que los resultados sean negativos, quiere decir que existe un importante desacuerdo entre los codificadores. Otras de las sub-dimensiones que mayor desacuerdo muestran son las de colectivización y focalización siendo en casi su totalidad valores que se encuentran por debajo del 0,6 y existiendo, en repetidas ocasiones, valores negativos.

En la segunda ola encontramos las mismas sub-dimensiones problemáticas, aunque en menor medida, a la que hay que sumar como problemática la sub-dimensión de preservación/conservación con valores negativos en las amenities relacionadas con la salud como las clínicas o los hospitales. Se aprecia una mejora significativa en la sub-dimensión en masa, aunque sigue siendo problemática, pero sin llegar a tener valores negativos como anteriormente. Por otro lado, la dimensión tipo de bien presenta una leve mejora. Racionalidad, localismo y etnicidad, son sub-dimensiones que tienen unos valores más bajos en esta segunda codificación.

La tercera ola muestra una mejora significativa en las sub-dimensiones de racionalidad, localismo y etnicidad que en la segunda codificación mostraban unos datos negativos. Por su parte, artesanal y en masa muestran en esta codificación valores bajos, lo que refleja el escaso acuerdo entre codificadores, siendo el desacuerdo mayor en artesanal que en masa. En las amenities que hacen referencia a la fabricación muestra que hay un gran desacuerdo en lo referente a habitante de la ciudad que vuelca valores muy bajos. De nuevo, colectivización y focalización muestran valores muy bajos lo que refleja la problemática de esta dimensión. En esta tercera codificación se muestra como

problemática la dimensión sector, las cuatro sub-dimensiones que abarca tiene datos bajos.

Si atendemos a la siguiente codificación, la cuarta ola, observamos una mejoría general en los datos, debido al aumento del acuerdo en los codificadores. Lo más llamativo de esa cuarta codificación es el considerable acuerdo existente en la dimensión tipo de bien, que hasta este momento era la más problemática para los codificadores. En la dimensión organización productiva, sigue el alto desacuerdo, principalmente, en lo que se refiere a la sub-dimensión en masa, que contiene por lo general datos bastante bajos. Por su parte, artesanal aumenta su grado de acuerdo en lo que respecta a la anterior codificación, aunque sigue siendo problemática en esta cuarta codificación. En lo que respecta a la dimensión sector, existe en esta cuarta ola de codificación un mayor grado de acuerdo en general, aunque su sub-dimensión entretenimiento sigue siendo problemática. Esta cuarta codificación también ha volcado bajos valores de acuerdo en lo que se refiere a producción/fabricación y distribución/ consumo, teniendo uno resultados más negativos la sub-dimensión producción/fabricación.

En la última ola, se observa una mejoría de los resultados en general, aunque siguen existiendo sub-dimensiones problemáticas. En este caso, se tienen como sub-dimensiones problemáticas estético y funcional, las cuales muestran unos resultados más bajos de lo habitual. La dimensión de la organización productiva sigue caracterizándose por sus bajos datos, siendo hasta el final de proceso de codificación una de las dimensiones más problemáticas. Creación/diseño y producción/fabricación, son, en este caso, sub-dimensiones con valores bajos, destacando por los bajos datos las amenities relacionadas con la restauración. En la dimensión sector, siguen existiendo bajos valores, destacando la sub-dimensión entretenimiento en la mayor parte de las amenities, pero tanto artes como patrimonio y mass media, siguen teniendo bajos datos. La colectivización y la focalización mejora en esta última codificación, principalmente los valores de la colectivización.

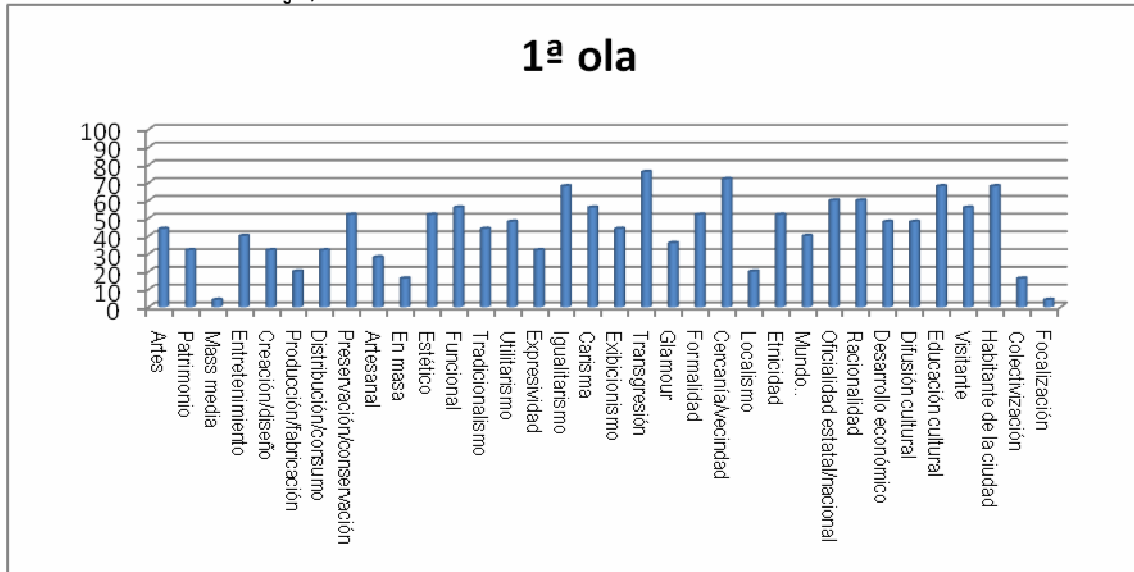
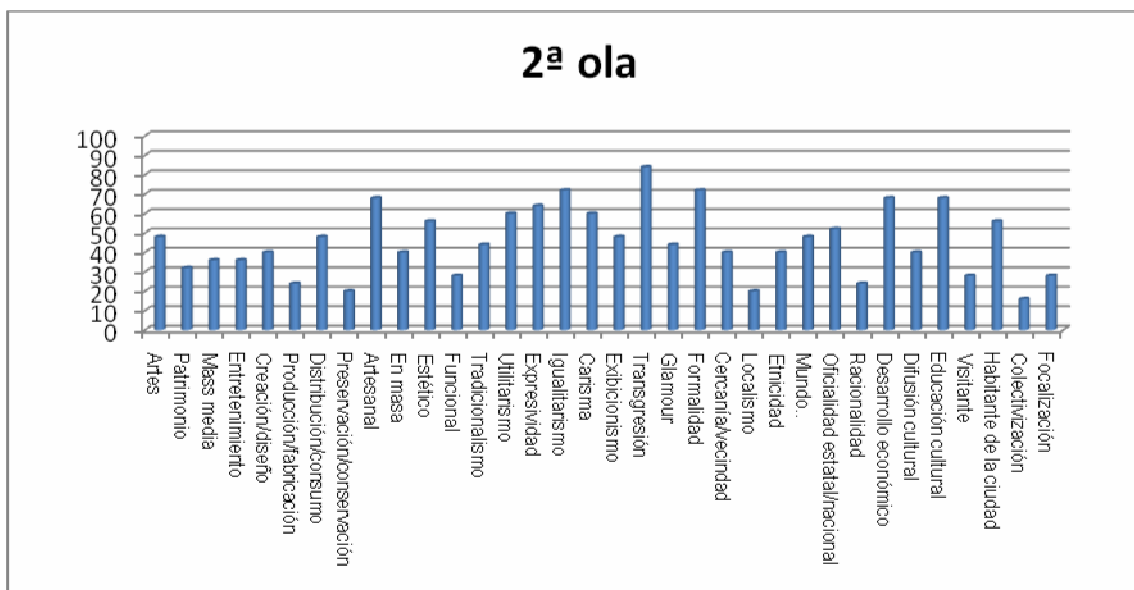
Gráfico 5. Primera ola r_{wg} 0,5.Gráfico 6. Segunda ola r_{wg} 0,5.

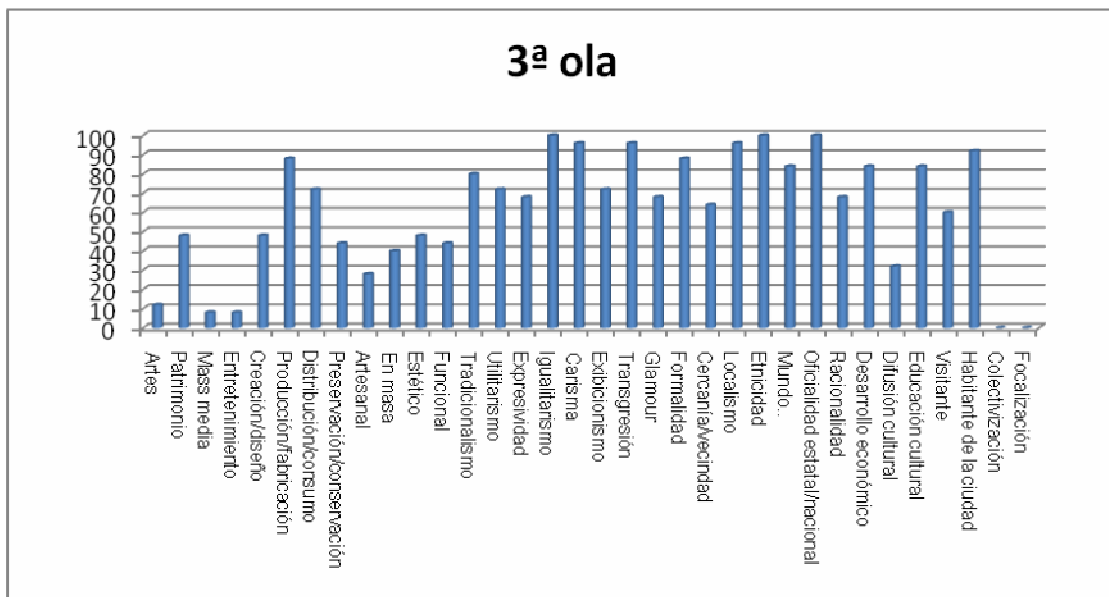
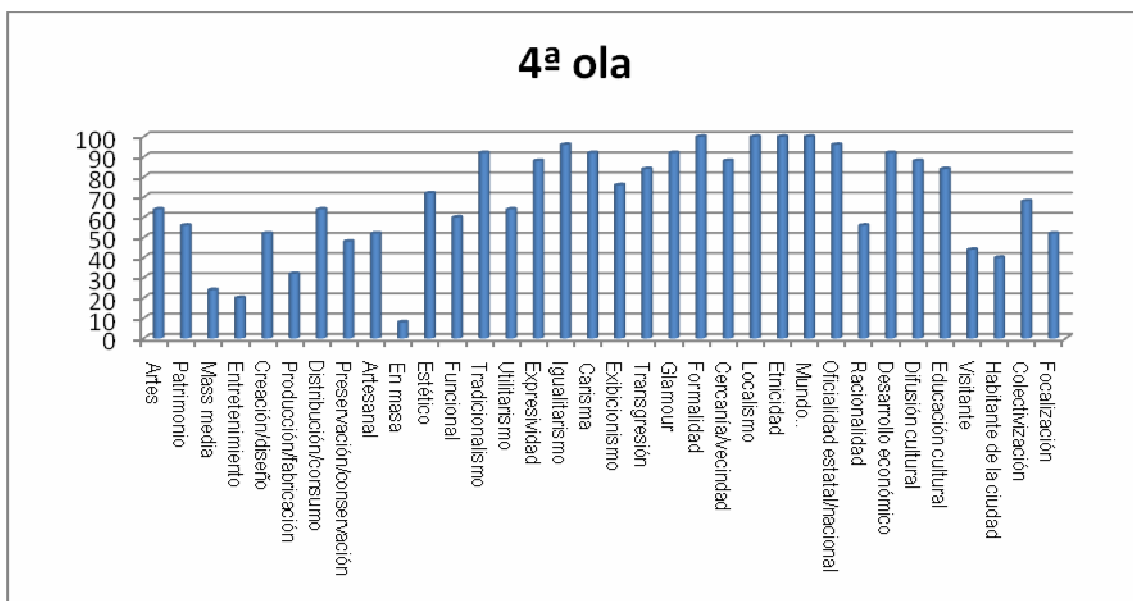
Gráfico 7. Tercera ola r_{wg} 0,5.Gráfico 8. Cuarta ola r_{wg} 0,5.

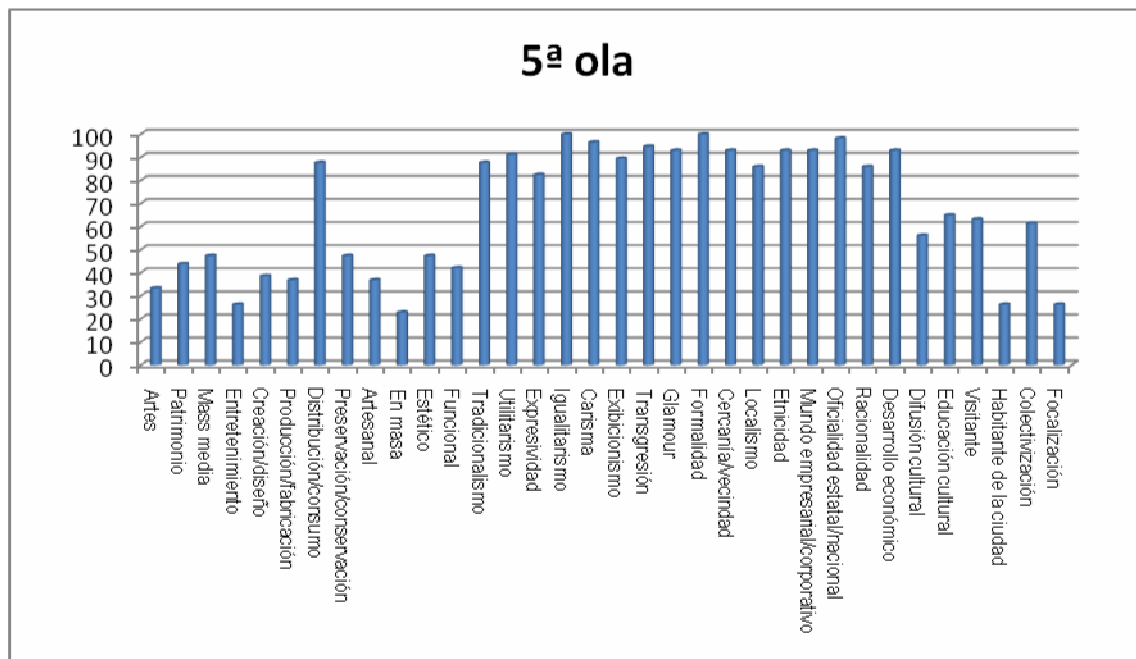
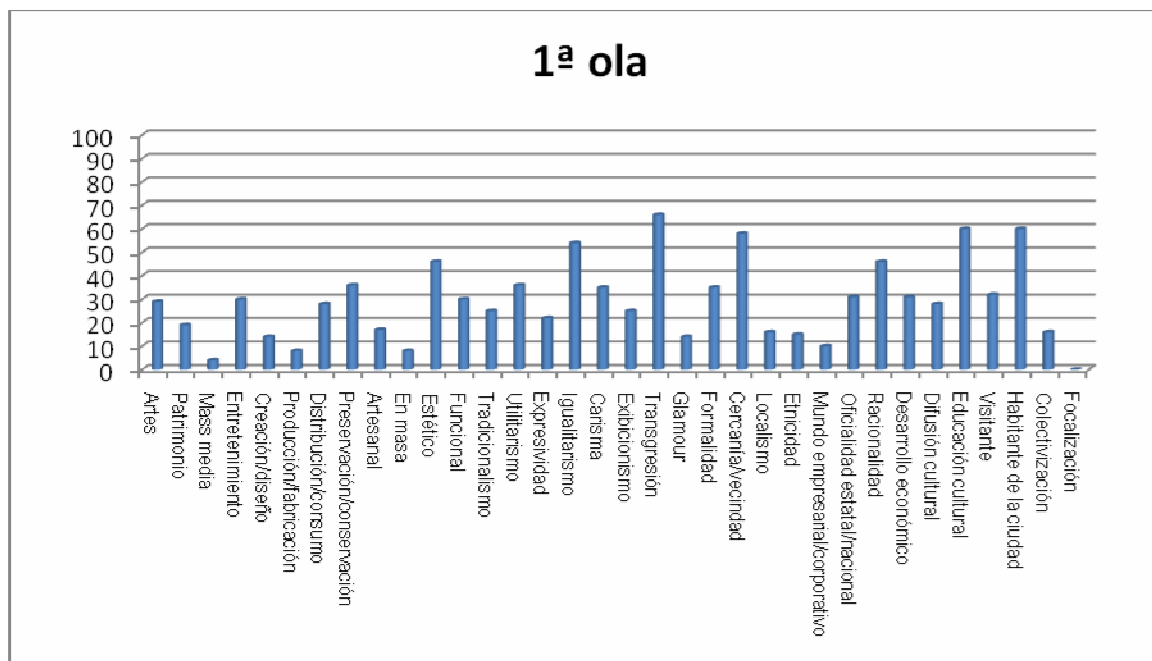
Gráfico 9. Segunda ola r_{wg} 0,5.Gráfico 10. Primera ola r_{wg} 0,6.

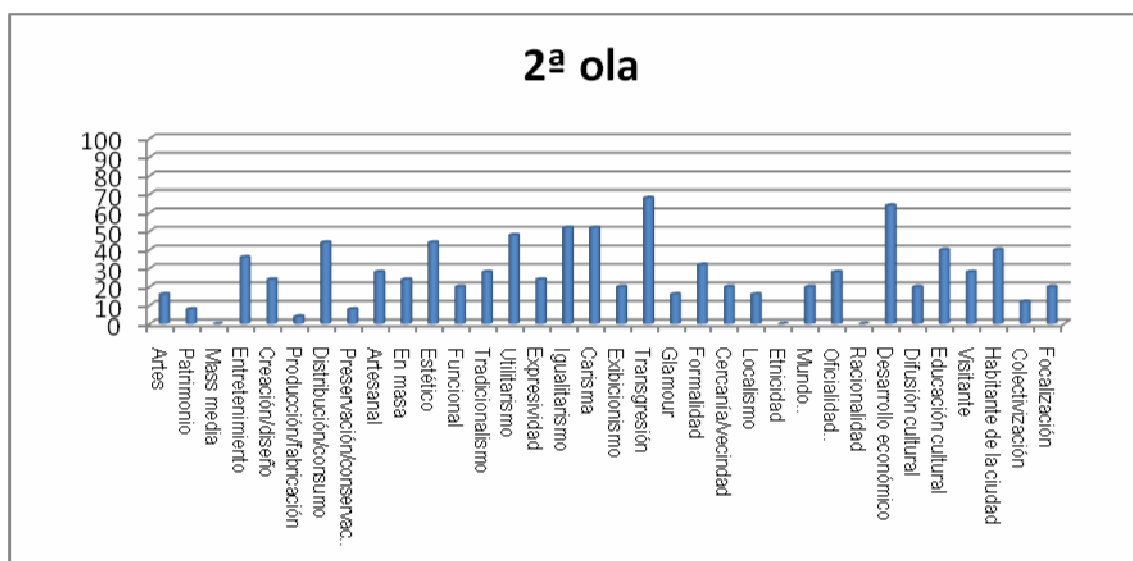
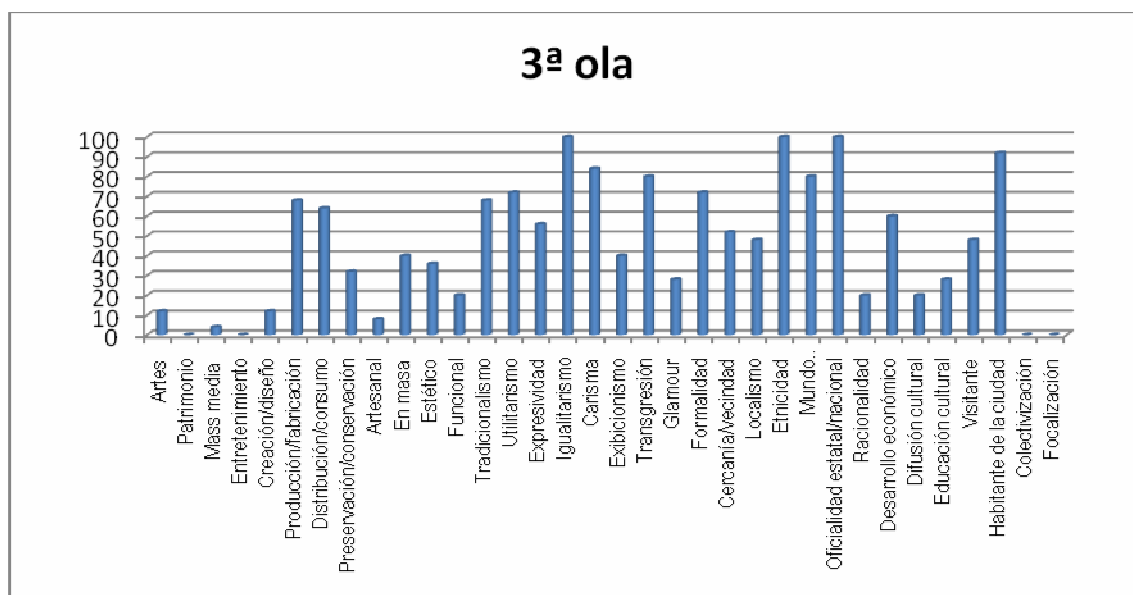
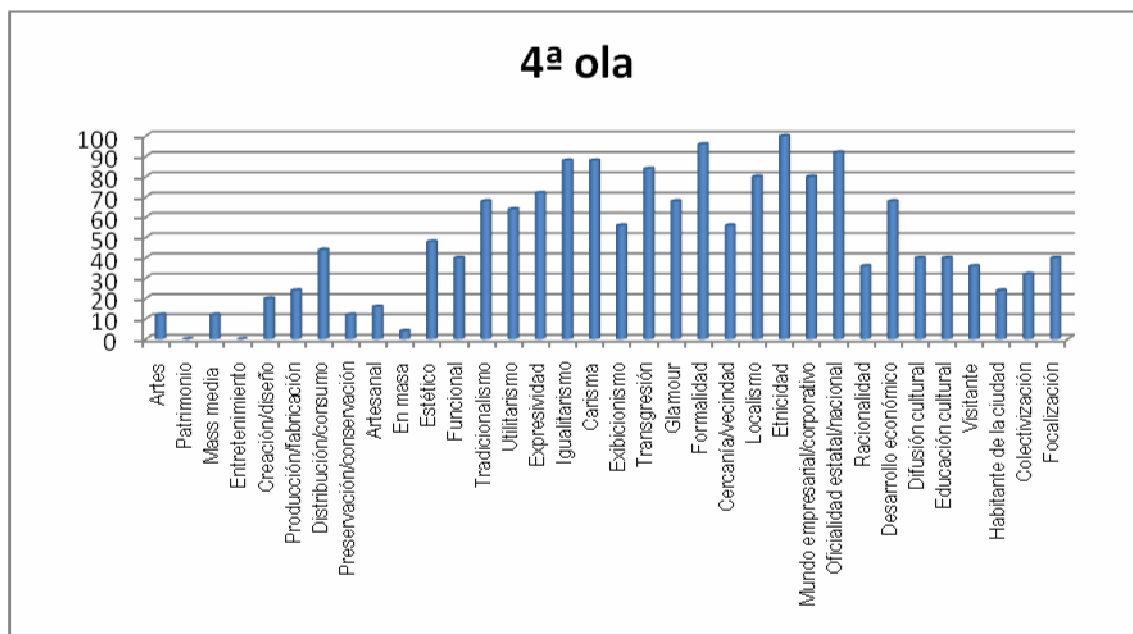
Gráfico 11. Segunda ola r_{wg} 0,6.Gráfico 12. Tercera ola r_{wg} 0,6.

Gráfico 13. Cuarta ola r_{wg} 0,6.Gráfico 14. Quinta ola r_{wg} 0,6.