

0.1. Índice general

	<u>Pág.</u>
1. Introducción.....	5
2. Situación sociodemográfica.....	7
2.1. Estructura demográfica de Villena.....	7
2.2. Evolución demográfica de Villena.....	8
2.3. Proyecciones de la población.....	9
3. Mujer y familia.....	10
3.1. La composición del hogar.....	12
3.2. Cargas familiares.....	15
4. Mujer y trabajo.....	17
4.1. Mujer y mercado laboral	17
4.1.1. Motivadores laborales.....	21
4.1.2. Inhibidores laborales.....	23
4.1.3. Discriminación laboral de la mujer de Villena.....	25
4.1.4. Independencia económica de la mujer de Villena.....	33
4.1.5. Mujer y economía sumergida.....	35
4.2. El trabajo de reproducción social.....	37
4.2.1. Dificultad de conciliación de la vida familiar y profesional.....	39
5. Mujer y formación.....	41
5.1. Inhibidores de la formación.....	43
5.2. Formación no reglada.....	44
6. Tiempo libre y ocio femenino.....	45
6.1. Disponibilidad de tiempo libre de la mujer.....	45
6.2. Actividades de ocio que le interesan.....	47
7. Violencia doméstica.....	49
7.1. Denuncias por malos tratos.....	49
7.2. Maltrato contra las mujeres de Villena.....	50
7.3. Consecuencias del maltrato contra las mujeres de Villena.....	54
7.4. Condicionantes del maltrato contra las mujeres de Villena.....	55
7.5. Repercusión social del maltrato.....	56
7.6. Ayudas a mujeres maltratadas.....	58

	<u>Pág.</u>
8. Satisfacción de la mujer de Villena.....	61
9. Mujer y salud.....	64
10. Participación ciudadana de la mujer.....	67
10.1. Grado de asociacionismo.....	67
10.2. Notoriedad de los servicios del Ayuntamiento de Villena.....	69
10.3. Uso de los servicios municipales.....	71
10.4. Valoración de los servicios municipales.....	73
10.5. Nivel de difusión de información de los servicios municipales.....	75
10.6. Propuestas de mejora por áreas.....	77
11. Perfil de la mujer de Villena.....	79
12. Sugerencias espontáneas de las mujeres.....	81

0.2. Índice de gráficos

	<u>Pág.</u>
Gráfico 1: Tasas demográficas de Villena.....	7
Gráfico 2: Evolución de la población de Villena.....	8
Gráfico 3: Estimación de la población de Villena para 2016.....	9
Gráfico 4: Estado civil de la mujer de Villena.....	10
Gráfico 5: Tipología de hogares en Villena.....	12
Gráfico 6: Composición del hogar.....	13
Gráfico 7: Personas dependientes del entorno familiar.....	15
Gráfico 8: Número de hijos menores.....	16
Gráfico 9: Situación laboral.....	17
Gráfico 10: Sector de la actividad.....	19
Gráfico 11: Motivaciones laborales.....	21
Gráfico 12: Inhibidores laborales.....	23
Gráfico 13: Tasa de actividad.....	25
Gráfico 14: Tasa de ocupación.....	25
Gráfico 15: Tasa de paro.....	26
Gráfico 16: Tasa de actividad según la edad.....	26
Gráfico 17: Tasa de paro según la edad.....	27
Gráfico 18: Discriminación salarial.....	28
Gráfico 19: Número medio de horas trabajadas.....	29
Gráfico 20: Número medio de horas trabajadas en Villena.....	29
Gráfico 21: Jornada laboral semanal de la mujer de Villena.....	30
Gráfico 22: Profesiones en Villena según sexo.....	30
Gráfico 23: Tipo de contrato.....	31
Gráfico 24: Tipo de ocupación.....	31
Gráfico 25: Aporte de ingresos familiares.....	33
Gráfico 26: Mujeres que han trabajado en la economía sumergida.....	35
Gráfico 27: Meses que han trabajado en la economía sumergida.....	35
Gráfico 28: Distribución del trabajo doméstico.....	37
Gráfico 29: Dificultad de conciliar la vida familiar con la profesional.....	39
Gráfico 30: Dificultad principal que impide la conciliación.....	40
Gráfico 31: Tasa de escolarización.....	41
Gráfico 32: Nivel de estudios de la mujer según ámbito geográfico.....	41
Gráfico 33: Nivel de estudios de la mujer.....	42
Gráfico 34: Motivos para no seguir estudiando.....	43

	<u>Pág.</u>
Gráfico 35: Cursos de formación no reglada realizados.....	44
Gráfico 36: Intervalos horarios en los que dispone de tiempo libre.....	45
Gráfico 37: Tiempo dedicado a actividades de ocio.....	46
Gráfico 38: Interés por actividades de ocio.....	47
Gráfico 39: Probabilidad de denunciar el maltrato.....	49
Gráfico 40: Probabilidad de ser víctima de violencia doméstica.....	50
Gráfico 41: Persona causante de la violencia doméstica.....	50
Gráfico 42: Probabilidad de ser víctima de violencia contra las mujeres.....	51
Gráfico 43: Probabilidad anual de ser víctima de malos tratos.....	52
Gráfico 44: Cohabitación con la persona que la maltrató.....	52
Gráfico 45: Consumo de drogas en el momento del maltrato.....	55
Gráfico 46: Independencia económica en el momento del maltrato.....	55
Gráfico 47: Notoriedad de casos de malos tratos en Villena.....	56
Gráfico 48: Conocimiento de otras formas de maltrato.....	57
Gráfico 49: Conocimiento de la existencia de ayudas a mujeres maltratadas.....	58
Gráfico 50: Nivel de uso de los servicios de ayudas a mujeres maltratadas.....	59
Gráfico 51: Servicios de ayuda utilizados.....	59
Gráfico 52: Nivel de satisfacción con los servicios de ayuda.....	60
Gráfico 53: Nivel de satisfacción de la mujer de Villena.....	61
Gráfico 54: Concienciación de temas de salud.....	64
Gráfico 55: Grado de asociacionismo.....	67
Gráfico 56: Notoriedad de los servicios municipales.....	69
Gráfico 57: Nivel de utilización de los servicios municipales.....	71
Gráfico 58: Valoración de los servicios municipales.....	73
Gráfico 59: Nivel de difusión de los servicios municipales.....	75
Gráfico 60: Propuesta de mejora de los servicios municipales.....	77
Gráfico 61: Sugerencias espontáneas al Área de Igualdad.....	81

El M. I. Ayuntamiento de Villena, y más en concreto, la Concejalía de Igualdad con el patrocinio de Obras Sociales de Caja Mediterráneo, ha encargado a Investrategia la elaboración de este estudio con el objetivo de obtener un conocimiento contrastado de la situación, necesidades y dificultades de conciliación de la vida familiar y profesional de las mujeres de este municipio del Alto Vinalopó.

El presente apartado es un documento de *Conclusiones* en el que, a modo de informe directivo, se exponen de forma genérica los aspectos fundamentales desarrollados y presentados en el informe de *Resultados*, cuya información sintetizada lo hace más manejable y comprensible al cliente.

Aunque aparece cada uno de los puntos centrales estudiados, sugerimos al lector que, para una mayor profundización al respecto, se dirija al informe de *Resultados* y contraste la información redactada con el *Anexo* de tablas.

Las conclusiones que se presentan proceden del análisis y concreción del resultado que han aportado las **650 encuestas personales en domicilio** a mujeres mediante **muestreo aleatorio estratificado** (los estratos son considerados los distritos censales) con afijación proporcional al número de mujeres en cada estrato **y control de cuotas por edad** (proporcionales a los distritos y secciones) **y la situación laboral** (diferenciando entre mujeres activas y no activas en el municipio de Villena). Esta amplitud de la muestra proporciona un **margen de error a priori de $\pm 3'83\%$** . Se contempló ponderar los datos según la nacionalidad de la población de referencia, pero el ajuste del trabajo de campo hizo que no fuera necesario gracias a la adecuada distribución de las nacionalidades que formaron parte de la muestra.

Con el objeto de completar la información **se obtuvieron datos secundarios** de carácter económico, demográfico y sociológico. También se mantuvieron **reuniones de trabajo con los responsables técnicos municipales.**

Antes de comenzar la exposición de las principales conclusiones, es de rigor señalar que todas las variables empleadas han sido elegidas en vistas a una mayor equidad y, en todo momento, con el objetivo de proporcionar una visión lo más posiblemente ajustada a la realidad de la mujer villeneras.

Las conclusiones se presentan en función de las variables estudiadas, quedando totalmente abiertas a la realización de análisis posteriores y para su utilización como base contrastada a la hora de planificar estrategias y desarrollar políticas de igualdad determinadas.

En esta exposición se ha pretendido ser sintético y poco analítico, ya que esta última función corresponde ser desarrollada en el cuerpo del informe de *Resultados*. Así no obstante, nos toparemos con algunas variables que, por su carácter ineludible, cabrá explicar más ampliamente con el fin de mejorar su comprensión.

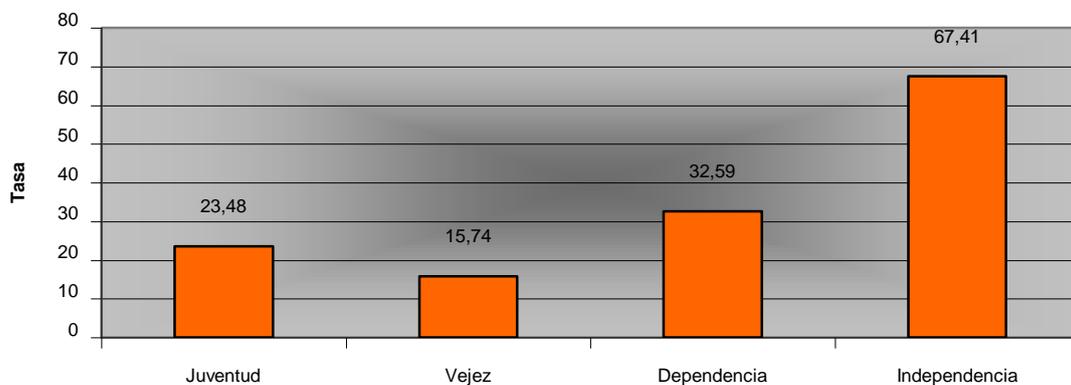
2.

Situación sociodemográfica

2.1. Estructura demográfica de Villena

✓ Villena muestra una población escasamente envejecida. Su tasa de vejez es del 15,74%.

Gráfico 1: Tasas demográficas de Villena, 2006

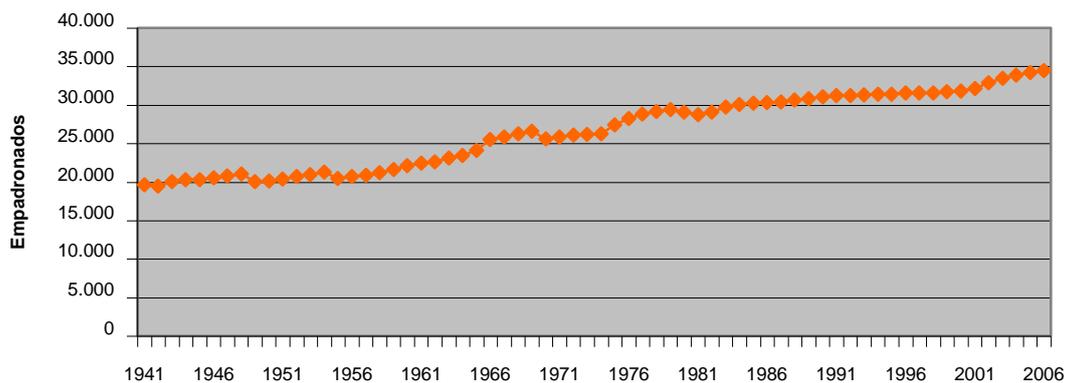


- Mayor peso de población joven que de gente mayor (23,48% frente a un 15,74%, respectivamente).
- Presenta un cierto equilibrio demográfico entre hombres y mujeres.
- La población inactiva representa un lastre importante sobre la población en edad de trabajar (de cada 100 personas en edad de trabajar, existen 48 en edades improductivas).

2.2. Evolución demográfica de Villena

✓ La evolución de la población de la ciudad muestra una dinámica de crecimiento continuado.

Gráfico 2: Evolución de la población de Villena

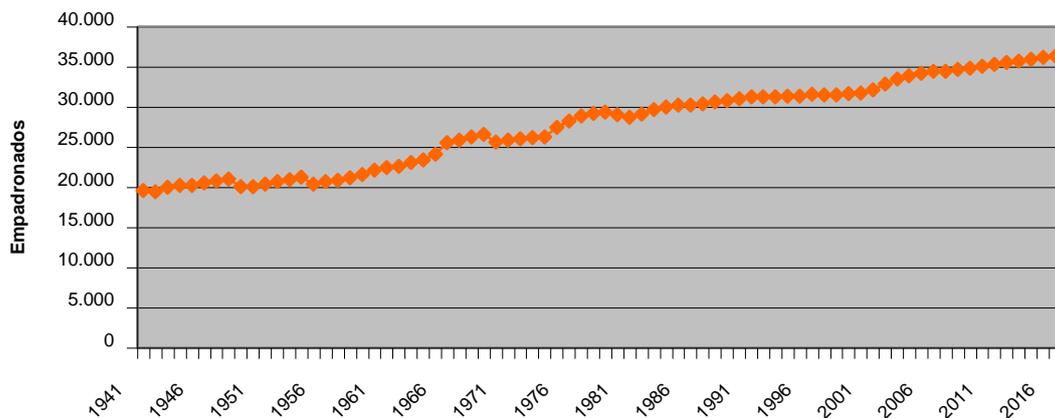


- Se detectan 4 fases bien diferenciadas:
 - Periodo de autarquía (Postguerra y Plan de Estabilización): caracterizado por un estancamiento poblacional.
 - Aumento sostenido (años 70-90): aceleración del ritmo de crecimiento.
 - Periodo de estabilización (90-2000): tendencias a incrementos más suaves.
 - Fenómeno migratorio (2000-2006): rápido aumento poblacional.

2.3. Proyecciones de la población

✓ Se estima que la población de Villena continuará su crecimiento de una forma continuada.

Gráfico 3: Estimación de la población de Villena para 2016



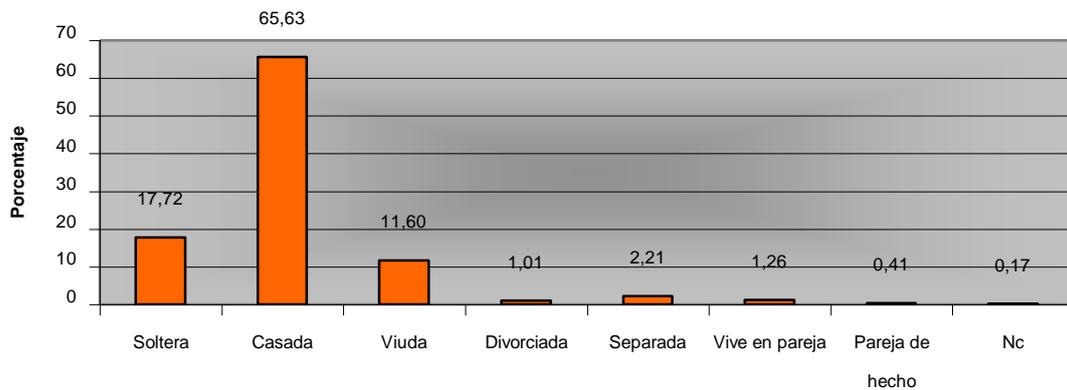
- Proyectamos que el número de habitantes en 2011 será de unas 35.308 personas.
- En 10 años, está previsto que alcance una cifra de 36.388 efectivos (crecimiento del 5,54%).

3.

Mujer y familia

✓ Dos de cada tres mujeres están casadas, y únicamente 18 de cada 100 son solteras.

Gráfico 4: Estado civil de la mujer de Villena



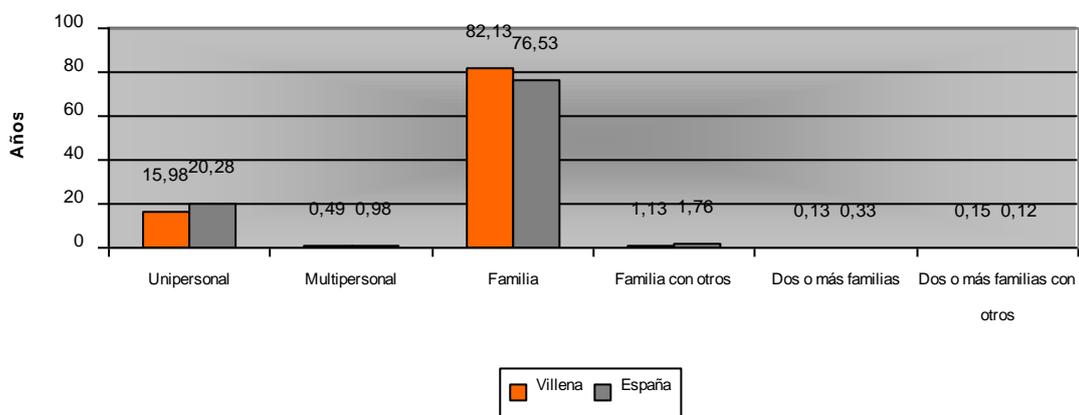
- Existen relaciones entre el nivel de estudios, la edad y el estado civil:
 - Viudas: son lógicamente mujeres gerontes con menores niveles de instrucción.
 - Solteras: suelen ser más jóvenes que la media con predominio de estudios medios.
 - Casadas: gran heterogeneidad.
- Se detecta asociación entre el estado civil y el tamaño del hogar en el que habitan las mujeres:
 - Las divorciadas viven en familias con más miembros (4 individuos).
 - Las parejas de hecho y las viudas suelen residir en hogares más pequeños.
- La participación en los ingresos variables oscila también sustancialmente:

- Aportan menos ingresos las mujeres que viven con hombres: casadas (17%), viven en pareja (13%) y en pareja de hecho (7,8%).
- Tienen un peso mayor en la economía doméstica las viudas (88%), separadas (60%) y divorciadas (57%).
- Tres medios de comunicación consiguen segmentar a las entrevistadas según estado civil:
 - Casadas: leen los rotativos Comarca y Canfali.
 - Divorciadas: ojean generalmente el Canfali.
 - Viudas y parejas de hecho: escuchan Radio Villena Ser.

3.1. La composición del hogar

✓ Según el INE, la composición de los hogares de Villena apenas difiere de otros ámbitos.

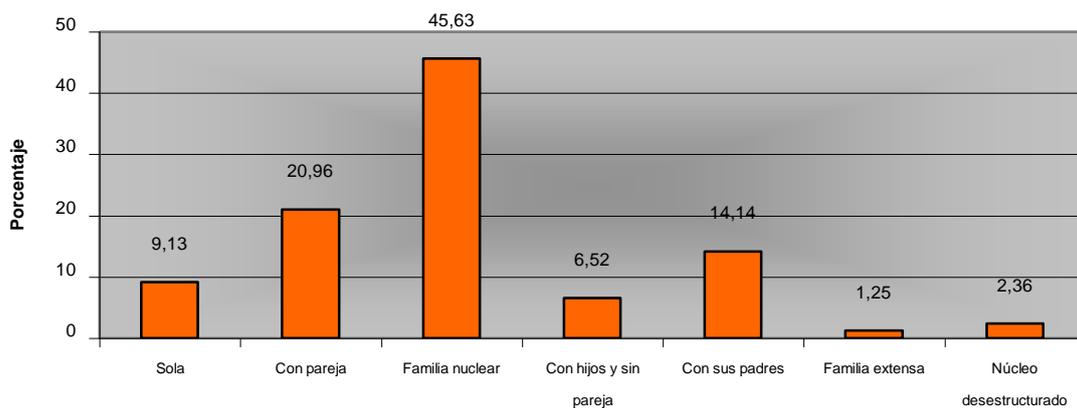
Gráfico 5: Tipologías de hogares en Villena



- La familia nuclear presenta una clara preponderancia en Villena, mientras que los hogares unipersonales (*singles*) son menos significativos.

✓ Los datos recogidos en la encuesta no difieren en exceso, salvo los relativos a hogares unipersonales, que parecen ser cada vez menos habituales en nuestro municipio.

Gráfico 6: Composición del hogar



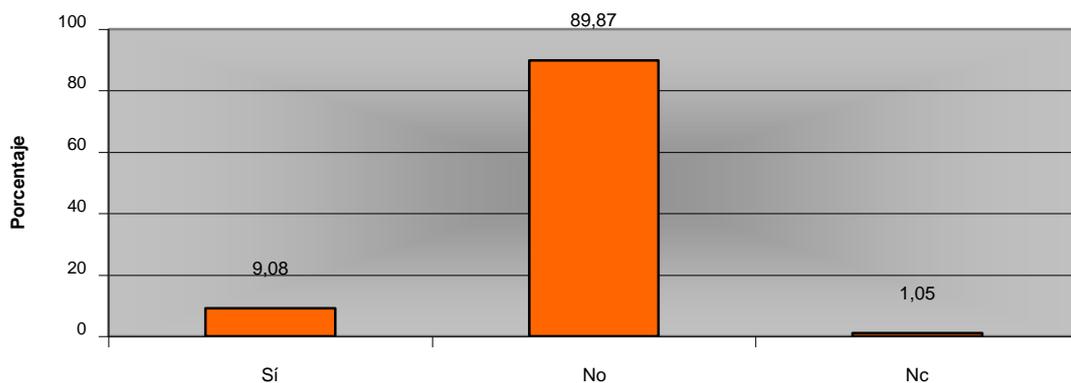
- La composición del hogar en el que vive la mujer villenense se asocia fuertemente a su estado civil y situación familiar:
 - Las que viven solas: generalmente lo hacen por haber enviudado.
 - Viven sin pareja pero con hijos: separadas o divorciadas.
 - Familias nucleares: mujeres casadas o parejas de hecho, con o sin hijos.
- El proceso de transición hacia la independencia explica el comportamiento de la variable. De ahí que se vislumbran relaciones lógicas:
 - Viven con sus padres en una familia nuclear: tienen mayores niveles de estudio, paradas y estudiantes. Apenas aportan ingresos al hogar.
 - Son hogares unipersonales o parejas: mujeres jubiladas o pensionistas, con edades superiores a la media y niveles de estudios primarios o primarios incompletos. Su contribución a la renta familiar es muy alta.

- Conviven con sus hijos y no tienen pareja aquellas que aportan más ingresos a la familia.
- La selección del medio de comunicación de masas está estrechamente vinculado a la composición del hogar al cual queremos dirigirnos:
 - Canfali: tiene una fuerte penetración en familias nucleares y familias monoparentales con hijos.
 - Comarca: de gran impacto en familias nucleares, especialmente en las que aún no tienen hijos.
 - El Periódico de Villena segmenta a las mujeres con hijos que no tienen pareja.
 - Radio Villena Ser: alcanza fuertemente a mujeres que viven solas o en familias extensas.

3.2. Cargas familiares

✓ Nueve de cada cien mujeres tienen personas dependientes o enfermas a su cargo.

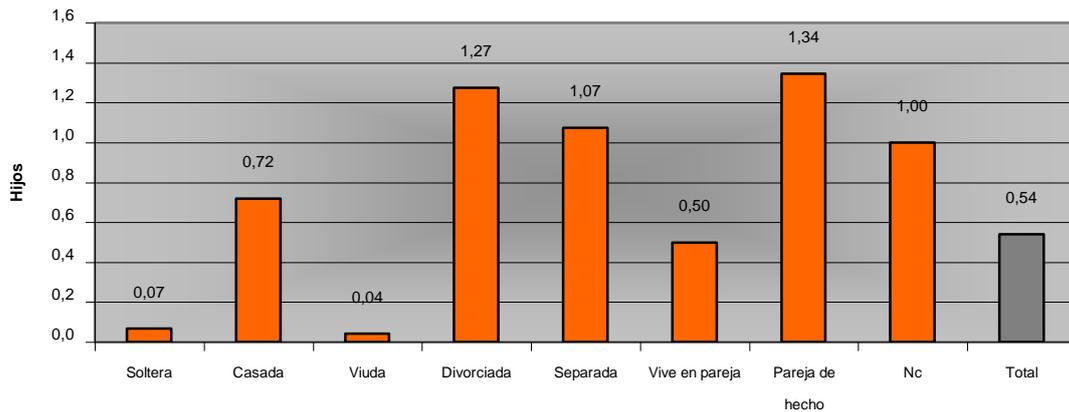
Gráfico 7: Personas dependientes en el entorno familiar



- Las que acarrean con esta dependencia familiar suelen:
 - Vivir en familias extensas: pues conviven en el hogar varias generaciones.
 - Hacerse miembros de asociaciones de índole sociosanitaria: APADIS, AFEPVI, Alzheimer, AFAD, Cruz Roja...
- Las mujeres con personas dependientes suelen ser mayores que aquellas que no tienen estas obligaciones (medias de 53 y 46 años respectivamente).
- Se ha detectado que en la zonas de Cruces, diseminado y Centro-Plaza de Toros hay más mujeres con personas enfermas o dependientes.
- Para llegar a este tipo de mujeres se recomiendan rotativos como Comarca o Canfali, y emisoras como Radio Villena Ser.

✓ Las mujeres de Villena tienen como media 0,5 hijos menores dependientes.

Gráfico 8: Número de hijos menores



- El colectivo de divorciadas y separadas, así como aquellas que se han constituido como pareja de hecho soportan en la actualidad más hijos menores a su cargo que el resto.
- Solteras y viudas son las que menos prole dependiente tienen de media (hasta un máximo de 2) frente a las casadas que pueden tener de cuidar hasta un máximo de 5 hijos.
- Se recomienda, para llegar a las villeneras con más descendencia, introducir mensajes en el rotativo Canfali.

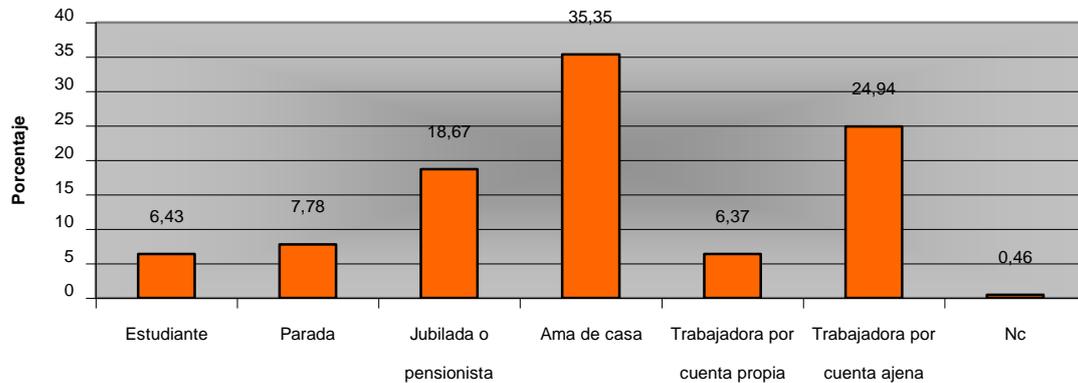
4.

Mujer y trabajo

4.1. Mujer y mercado laboral

✓ Una de cada tres entrevistadas ejerce el papel de ama de casa y casi el mismo porcentaje trabaja bien por cuenta propia o bien por cuenta ajena (especialmente).

Gráfico 9: Situación laboral

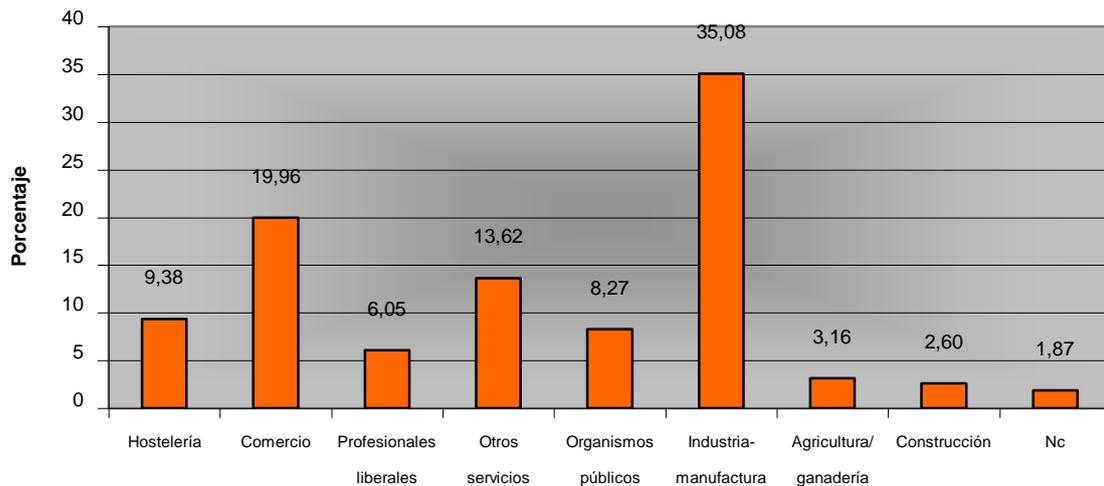


- Tal como anunciamos anteriormente, se detecta una fuerte asociación entre la variable en estudio, el estado civil y la situación familiar:
 - La mujer cuando vive en pareja (bien al casarse o al cohabitar), abandona el mercado laboral para ejercer el rol de ama de casa (un 64% tenían trabajo anteriormente). Esta situación se da en familias nucleares y extensas.
 - Cuando la mujer se separa de su marido se vuelven más activa laboralmente. Lógicamente también lo son si aún no han abandonado el nido familiar.
- Así pues, la situación varía según el ciclo vital de la mujer:
 - Mujeres de más edad suelen ser amas de casa.

- Son paradas las cohortes más jóvenes.
- Los datos difieren según la nacionalidad: las extranjeras son más activas y duplican a las españolas como trabajadoras por cuenta ajena.
- La actividad determina la situación económica en gran medida:
 - Cuando la mujer trabaja los ingresos familiares son superiores a la media (entre 1.400 y 1.600€). La contribución a la renta de éstas es elevada:
 - Si lo hacen por cuenta propia: 43,78%.
 - Si lo hacen por cuenta ajena: 38,87%.
 - Si la mujer es únicamente ama de casa, el poder adquisitivo del hogar se resiente (1.056€). Su contribución es apenas del 8,54% de la renta.
- Por áreas geográficas ha aparecido una ligera asociación:
 - Amas de casa: se localizan en mayor medida en el Poblado-Casco Antiguo y Morenica-Constancia.
 - Las jubiladas de todas las zonas, y en menor medida, de Morenica-Constancia.
 - Las trabajadoras por cuenta propia se encuentran mayormente en Plaza del Rollo-Hacienda-Rosalía de Castro.

✓ En cuanto a actividades profesionales, las mujeres adquieren una mayor relevancia dentro del sector terciario y secundario (servicios, comercio e industria).

Gráfico 10: Sector de actividad (Base: mujeres que trabajan o trabajaban)



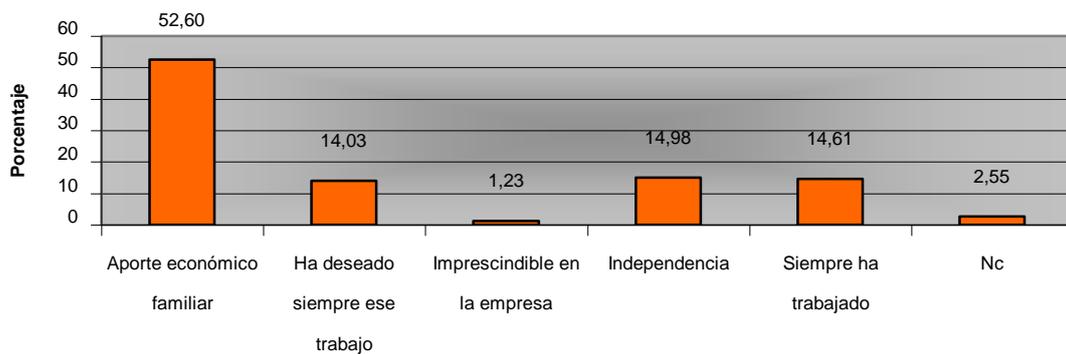
- El nivel de estudios se asocia fuertemente al sector en el que se emplean:
 - Las que tienen menos instrucción tienden a trabajar en actividades industriales o manufactureras.
 - Con estudios medios: en el ámbito comercial.
 - Estudios altos: empleo público, especialmente.
- Las extranjeras trabajan en hostelería principalmente (40% frente a 7,3% nacionales). En comercio, organismos oficiales e industria-manufactura su presencia es mucho más limitada.
- Los medios de comunicación segmentan a sus audiencias por situación laboral:
 - Canfali: lo leen trabajadoras por cuenta ajena del sector de la construcción y manufactura además de paradas.

- El Periódico de Villena: de consumo mayoritario entre trabajadores autónomos y asalariados, así como entre profesionales liberales.
- Comarca: cuyo interés atrae a un estimable número de estudiantes y amas de casa.
- Radio Villena Ser: sus oyentes son amas de casa y jubiladas.
- Cope MQR: la escuchan estudiantes y trabajadores por cuenta ajena del sector primario.

4.1.1. Motivaciones laborales

✓ La necesidad económica es la principal motivación para trabajar que arguyen las mujeres de Villena.

Gráfico 11: Motivaciones laborales (Base: mujeres que trabajan o trabajaban)



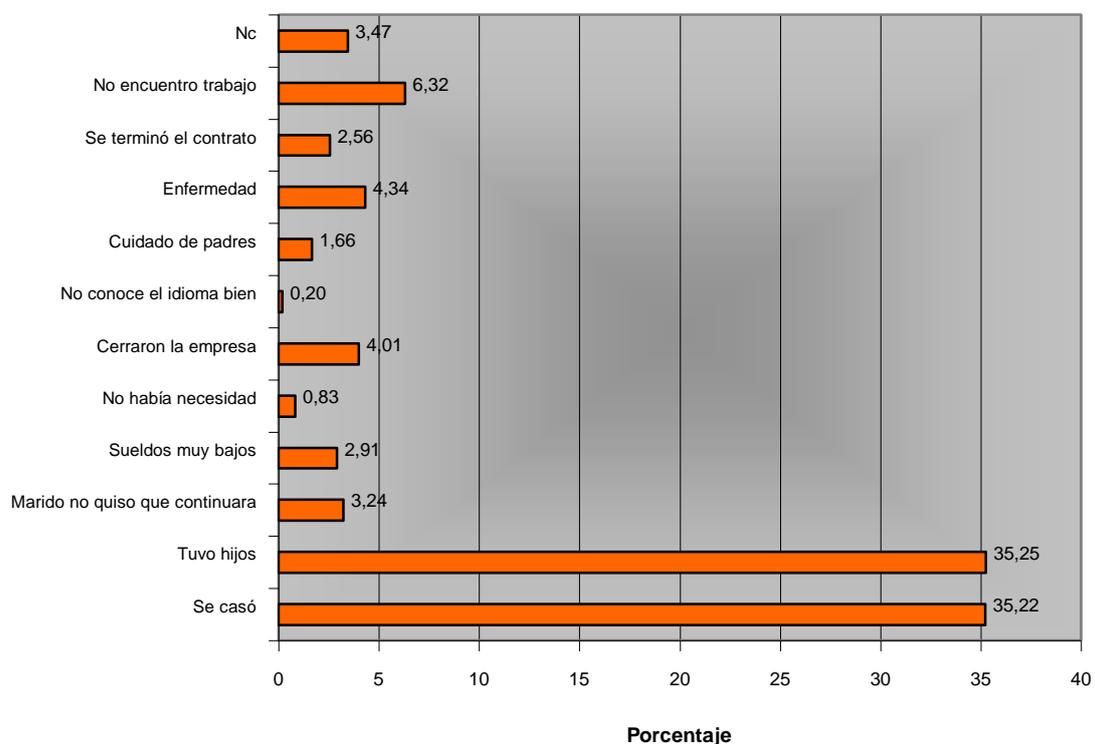
- Difieren las argumentaciones según el sector de actividad en que desempeñan su trabajo; aunque el aporte económico es lo más destacado, también ponen de manifiesto aspectos como:
 - La necesidad de independencia: las profesionales liberales.
 - El trabajo les gusta: a las que trabajan en los organismos públicos y en la construcción.
 - La costumbre: en el sector primario.
- A mayor formación menor peso del componente económico y mayor relevancia de aspectos como la autorrealización o el sentirse imprescindibles para la compañía en la que trabajan.
- Los nichos demográficos más jóvenes esgrimen como causa principal para trabajar la sensación de independencia. A medida que la mujer se hace mayor y procrea, la motivación pecuniaria adquiere más relevancia.

- Según nacionalidad, las extranjeras se muestran más materialistas, mientras que las españolas se remiten a una mayor variabilidad de causas (algunas más allá de las estrictamente lucrativas).
- Algunos medios clasifican las opiniones de las mujeres y llegan a subpoblaciones concretas:
 - Motivaciones económicas: lectoras de Comarca, Canfali y El Periódico de Villena.
 - Autorrealización y centralidad de la mujer en el puesto de trabajo Radio Villena Ser y Canfali. El último argumento tiene un gran peso entre las oyentes de Cope MQR.
 - Trabajan por hábito o costumbre: las que adquieren El Periódico de Villena, Comarca y Canfali.

4.1.2. Inhibidores laborales

✓ El contraer matrimonio y tener descendencia son los mayores impedimentos para las mujeres a la hora de continuar trabajando. Se interioriza el rol social.

Gráfico 12: Inhibidores laborales (Base: mujeres que no trabajan)



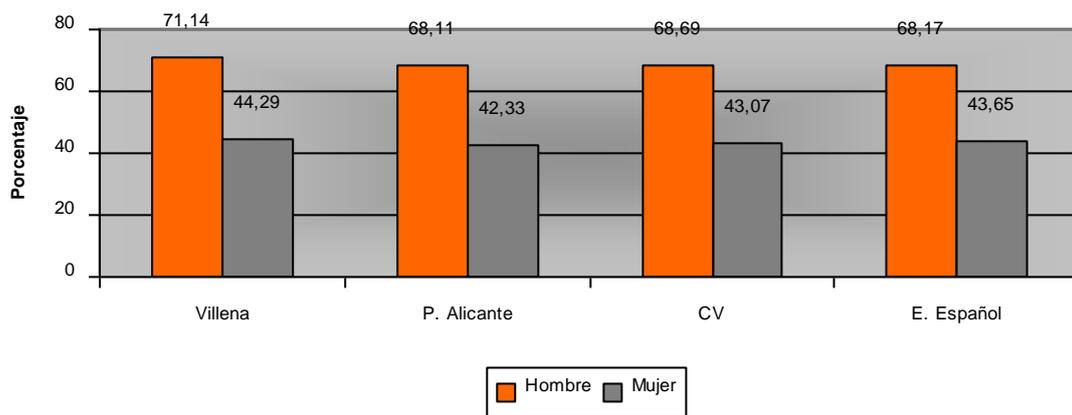
- Los aspectos formativos no influyen en la inhibición, a excepción de casos en los que la mujer tiene una titulación superior y se resiste a abandonar su puesto.
- Son mujeres más jóvenes de la media las que enumeraron la influencia de sus maridos para abandonar el trabajo.
 - Hay una cierta segmentación en el consumo de prensa o radio cuando se les pregunta por el porqué de no emplearse.

- Contraer matrimonio: son lectoras de El Periódico de Villena y oyentes de Radio Villena Ser.
- Tener hijos: ojean Canfali y Comarca.
- Cargas familiares o cuidado de personas: se informan a través de El Periódico de Villena y Comarca.

4.1.3. Discriminación laboral de la mujer de Villena

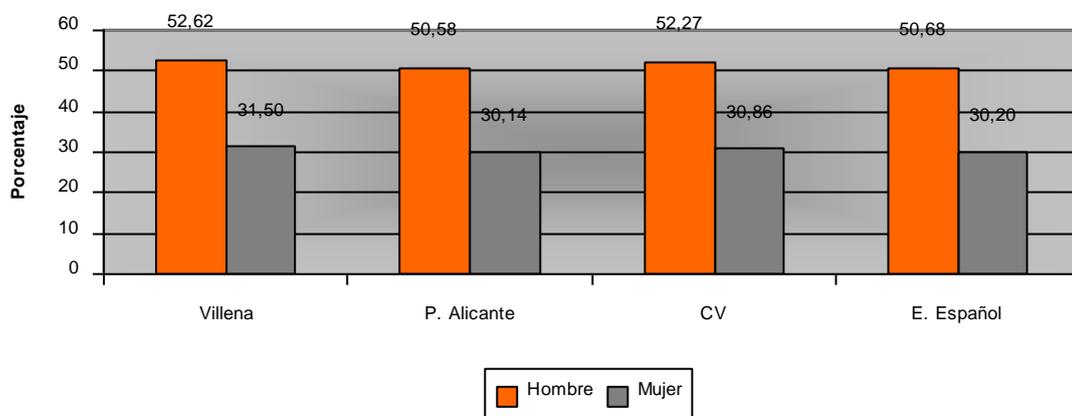
✓ Reducida tasa de actividad en la población femenina, que demuestra que el hombre asume el rol del trabajo fuera del hogar.

Gráfico 13: Tasa de actividad



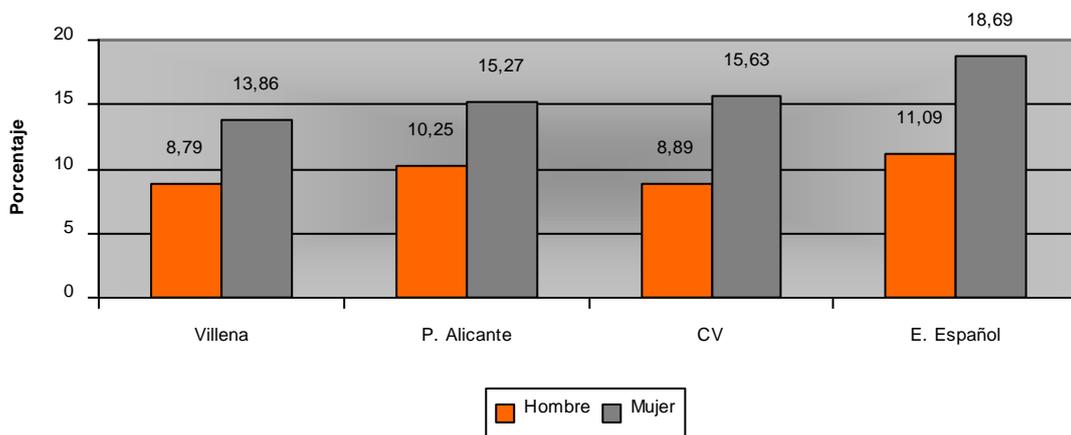
✓ Destacan los escasos niveles de ocupación de la población femenina en comparación con la masculina.

Gráfico 14: Tasa de ocupación



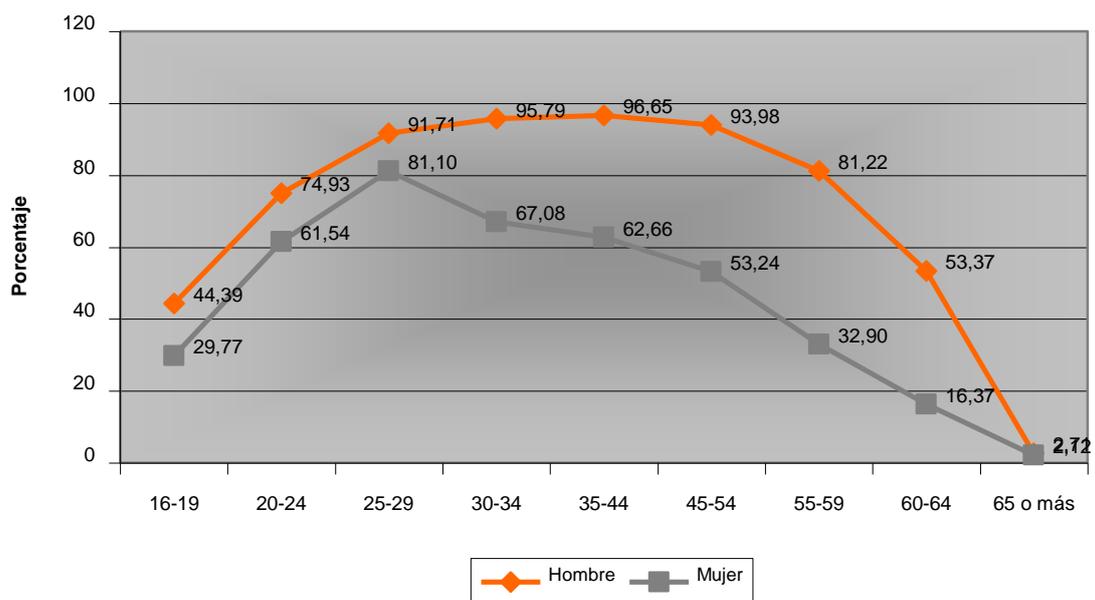
✓ La incidencia de paro es mayor en las mujeres.

Gráfico 15: Tasa de paro



✓ A partir de los 30 años, mengua la presencia de mujeres en el mercado laboral de Villena y se fortalece la masculina (matrimonio y primer hijo).

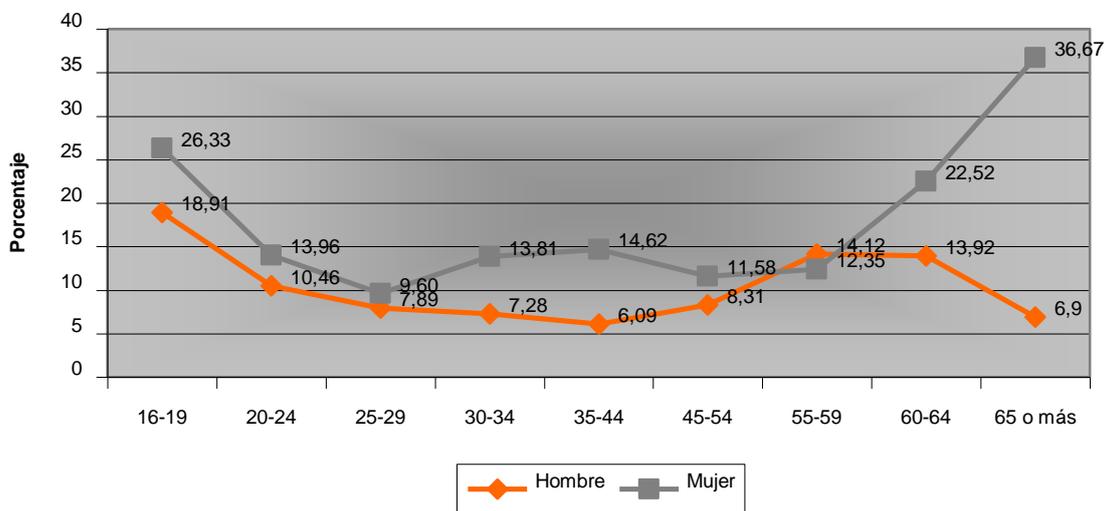
Gráfico 16: Tasa de actividad según edad



- A partir de los 45 años, la mujer abandona de una manera clara el mercado laboral por el cuidado doméstico y familiar.

✓ La tasa de paro adopta un gráfico diametralmente opuesto donde las féminas sufren, en todos los grupos de edad, tasas de empleo mayores que los hombres.

Gráfico 17: Tasa de paro según edad

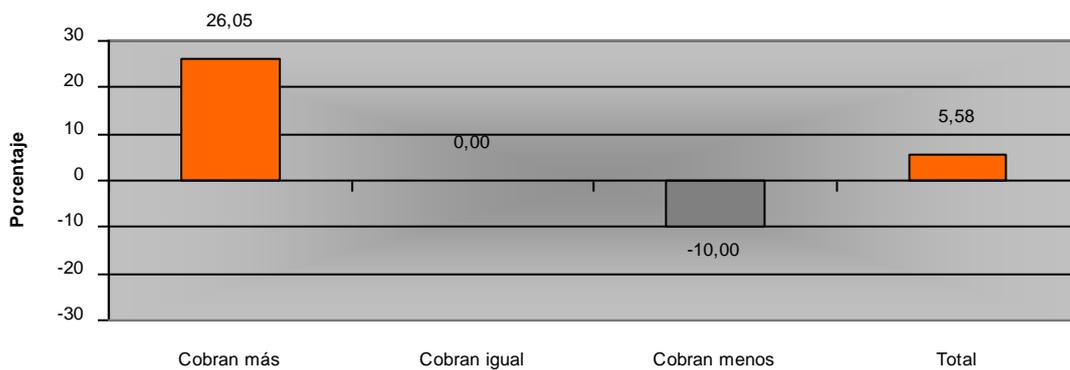


✓ En consecuencia, se encuentra una doble discriminación: en el acceso al trabajo y la permanencia en el mismo.

✓ La permanencia se complica por medio de tres tipos de desigualdades: la salarial o retributiva, la contractual y la de estatus.

✓ Las mujeres de Villena que trabajan con hombres cuya actividad es la misma cobran un 5,58% menos.

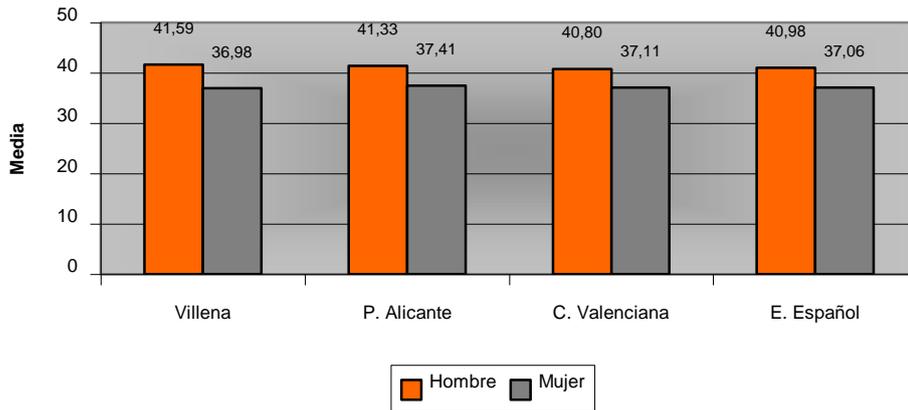
Gráfico 18: Discriminación salarial (Base: mujeres que trabajan con hombres que realizan la misma función)



- El INE calcula en 2002 que la remuneración de las mujeres es un 71,1% del sueldo de los varones, pero no se tienen en cuenta parámetros como tipo de contrato, jornada, actividad de la empresa, antigüedad, etc.
- Al nivel de error que barajamos la discriminación responde a pautas culturales y no a variables características de la mujer como estudios, estado civil, nacionalidad, tipos de familia y actividad de la empresa.

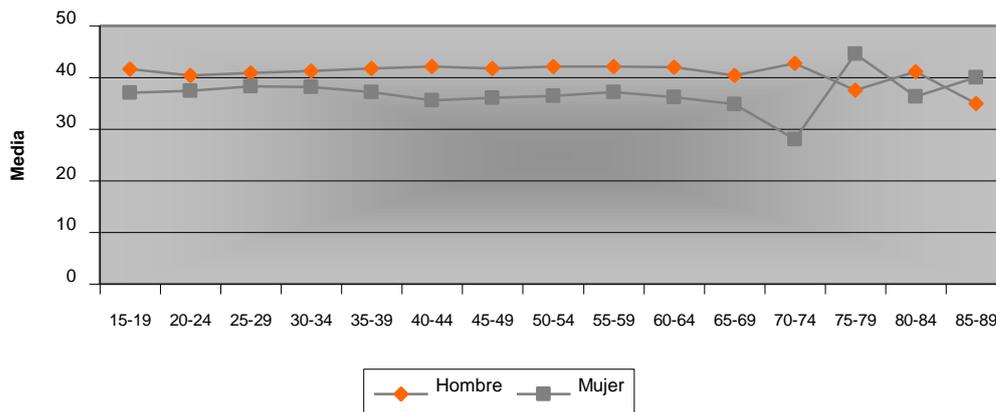
✓ Las mujeres, independientemente del ámbito geográfico, trabajaban menos horas que los hombres, según el INE con datos de 2001.

Gráfico 19: Número medio de horas trabajadas



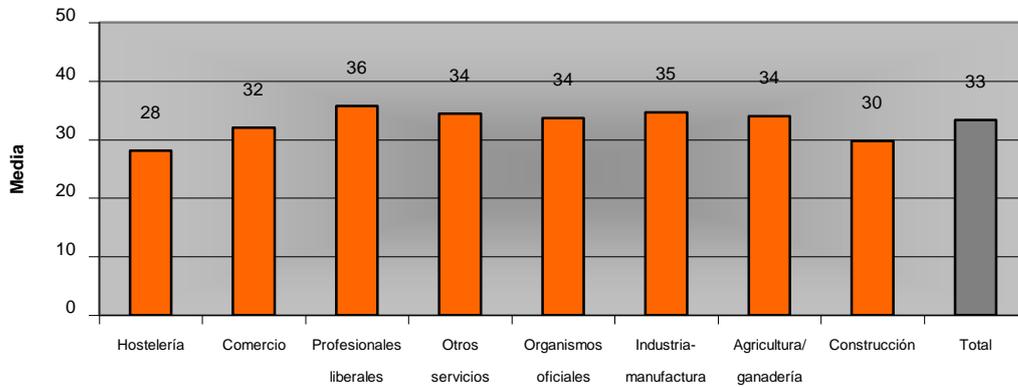
✓ A medida que avanza la edad, la brecha horaria se incrementa sobre todo a partir de los 34 años.

Gráfico 20: Número medio de horas trabajadas en Villena



✓ En los últimos años la jornada laboral de la mujer ha disminuido.

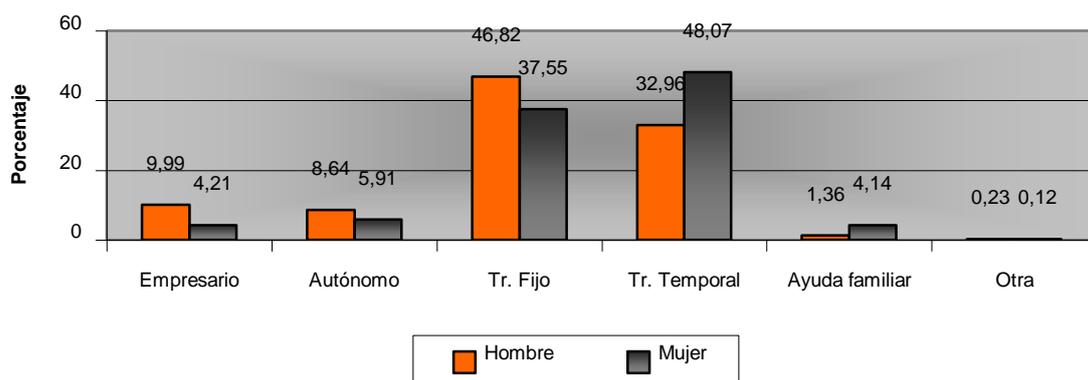
Gráfico 21: Jornada laboral semanal de la mujer de Villena (Base: mujeres que trabajan)



- El número de horas semanales trabajadas es inferior en los contratos temporales que en los fijos.

✓ La precariedad de los empleos femeninos es superior (más temporales).

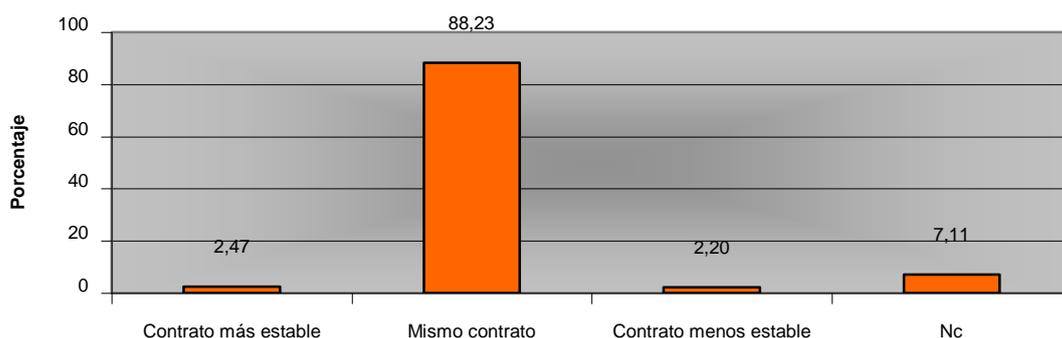
Gráfico 22: Profesiones en Villena según sexo



- Según el INE, los trabajos eventuales son más frecuentes en Villena que en el resto de ámbitos de comparación.

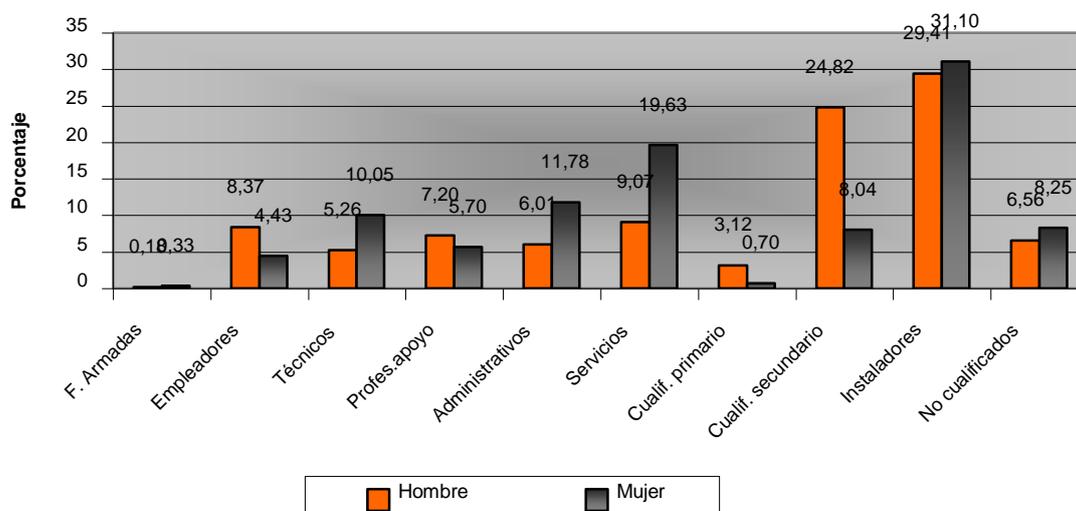
- La diferencia entre contratos no se da dentro de la unidad empresarial, sino entre empresas (las mujeres se ven obligadas a acudir a compañías que siguen políticas de contratación menos ventajosas).

Gráfico 23: Tipo de contrato (Base: mujeres que trabajan con hombres con la misma formación)



✓ En líneas generales, los hombres emprenden negocios propios, y las mujeres trabajan por cuenta ajena en la administración y el sector terciario.

Gráfico 24: Tipo de ocupación

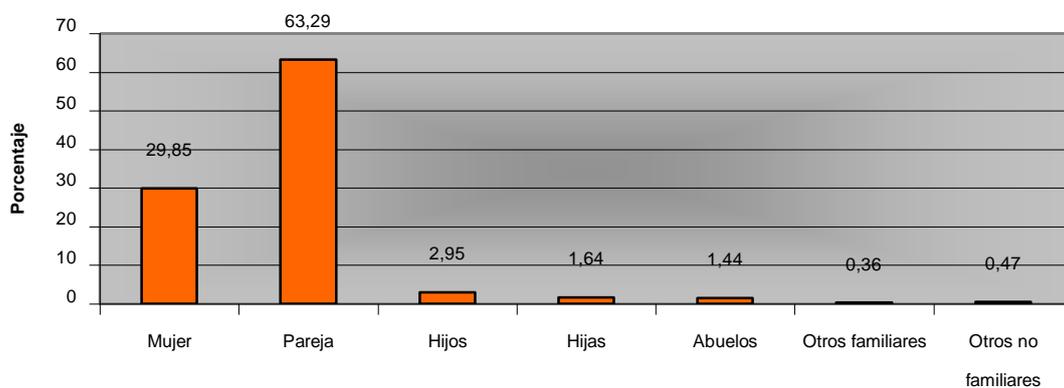


- Se detecta una presencia superior de mujeres en los trabajos que requieren escasa formación.
- Existe una cierta segregación ocupacional. Las féminas acceden a trabajos donde reproducen las tareas que realizan dentro del hogar (empleadas domésticas, limpieza, peluquería, esteticista), incluso en perfiles de mayor calificación como técnicos y profesionales, (donde prevalecen en la enseñanza de niños y sanidad).

4.1.4. Independencia económica de la mujer de Villena

✓ En Villena las mujeres aportan uno de cada tres euros a la economía familiar (mujeres e hijas). Los varones generan alrededor del doble de ingresos que las mujeres y el resto de familiares apenas contribuyen.

Gráfico 25: Aporte de ingresos familiares



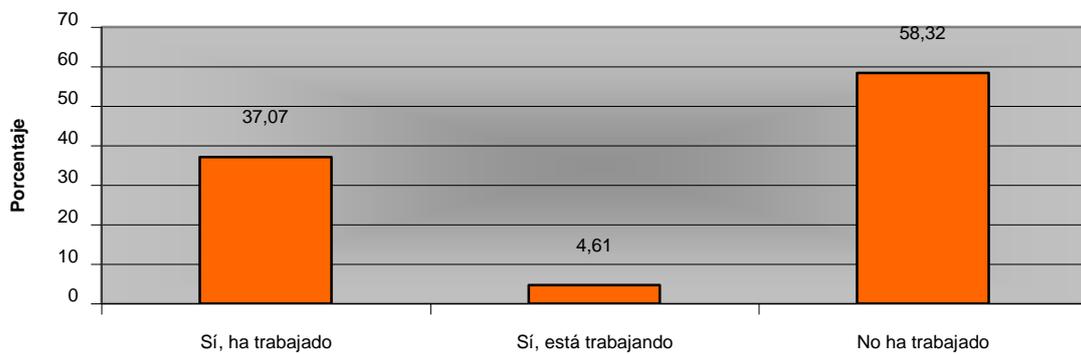
- Cuanto mayor es la contribución masculina a la renta familiar, menor es la femenina y viceversa.
- El estado civil condiciona estos resultados:
 - Las mujeres que viven en pareja (casadas o no) apenas participan en los ingresos familiares (menos del 20%).
 - Viudas, separadas y divorciadas se convierten en las cabezas del hogar proporcionando más de la mitad de la renta.
- Alto grado de asociación con la situación laboral:
 - Las villenenses que más peso tienen en las aportaciones económicas son jubiladas y pensionistas, amén de las trabajadoras por cuenta propia o ajena.
 - La contribución masculina a la renta familiar es más destacada cuando la mujer es ama de casa, parada o estudiante.

- A mayor nivel formativo de las villenenses mayor colaboración en los ingresos económicos del hogar.

4.1.5. Mujer y economía sumergida

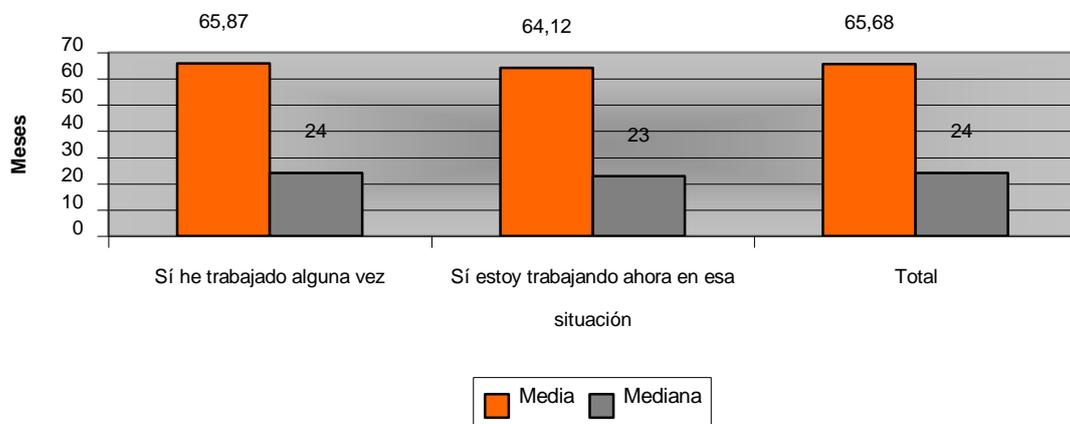
✓ 37 de cada 100 mujeres confiesa que han trabajado en la economía sumergida alguna vez. El 4,61% admite seguir en esa situación.

Gráfico 26: Mujeres que han trabajado en la economía sumergida



✓ Suelen estar en esta precaria situación una media de dos años, aunque hay algunos casos extremos.

Gráfico 27: Meses que ha trabajado en la economía sumergida (Base: mujeres que han trabajado en esta situación)

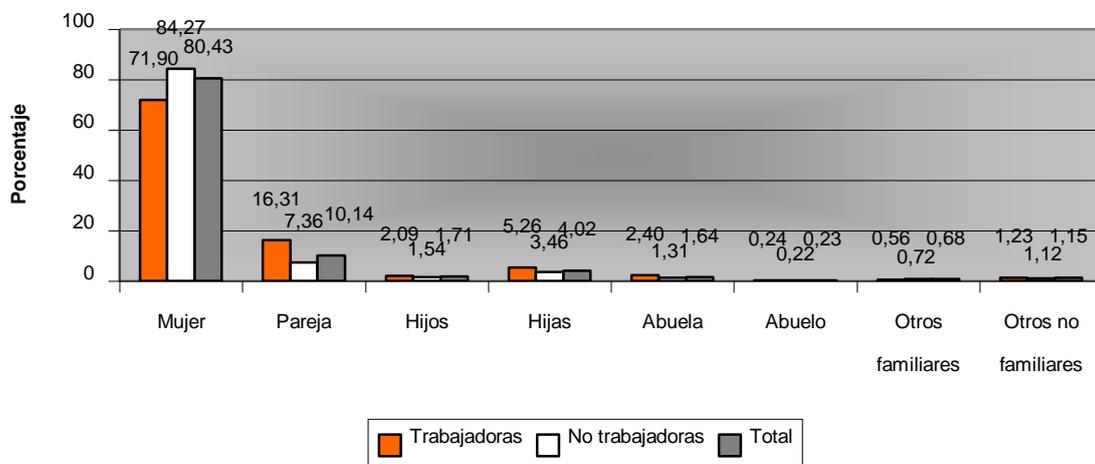


- Las mujeres que no tienen pareja (separadas, divorciadas y solteras) han sufrido en mayor medida esta precariedad laboral.
- Por situación laboral las trabajadoras por cuenta ajena son las que más han trabajado en situación irregular, aunque actualmente se encuentran en estas circunstancias las trabajadoras por cuenta propia.
- Existen variaciones con el lugar de residencia:
 - Han estado en la economía sumergida: las que se ubican en la zona Centro-Plaza de toros y Poblado-Casco antiguo.
 - Se encuentran en precario: las que viven en Plaza del Rollo-Hacienda-Rosalía de Castro.
 - No han estado en este contexto: en Morenica-Constancia y en el área del Paseo Chapí-Renfe.
- Las mujeres que padecen esta lacra laboral actualmente son asiduas lectoras de El Periódico de Villena.

4.2. El trabajo de reproducción social

✓ Persiste de manera latente una fuerte división sexual del trabajo, donde la mujer continúa abocada a la adopción del rol de ama de casa y el hombre suele ser el trabajador remunerado.

Gráfico 28: Distribución del trabajo doméstico



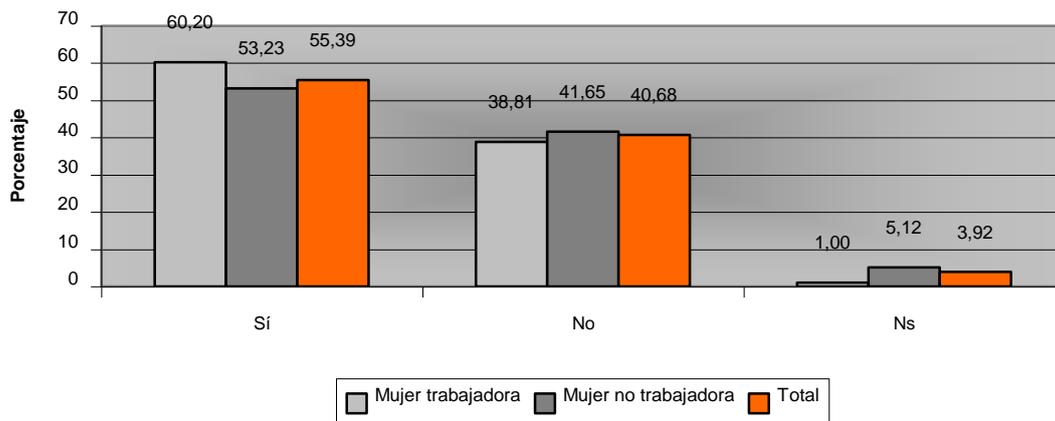
- La mujer absorbe la mayor parte de la función de reproducción social (80,43%). Según el Instituto de la Mujer, el total es inferior para el resto de España (69,96%).
- Un 56,7% de los hombres no ayudan en nada a las tareas del hogar. Lo opuesto sólo se da en el 1% de los casos.
- Los hijos apenas colaboran y los varones lo hacen aún en menor medida que las hijas.
- Cuando la mujer trabaja, el resto de la familia se aplica en las tareas domésticas, pero no suficientemente.
 - El hombre duplica su trabajo pero apenas alcanza el 16,31% del tiempo total destinado a estas obligaciones.
 - Cuando la mujer es trabajadora por cuenta ajena recibe más ayudas.

- Las amas de casa dedican la mayor parte del tiempo a tareas domésticas.
- La situación en el hogar determina muchos de los comportamientos:
 - Aquellas que no se han independizado apenas trabajan.
 - Las separadas reciben gran ayuda, sobre todo de sus hijas.
 - Las casadas acarrear mayor cantidad de obligaciones.

4.2.1. Dificultad de conciliación de la vida familiar y profesional

✓ La relación entre vida familiar y laboral se plantea en términos de contradicción y no de conciliación.

Gráfico 29: Dificultad de conciliar la vida familiar con la profesional

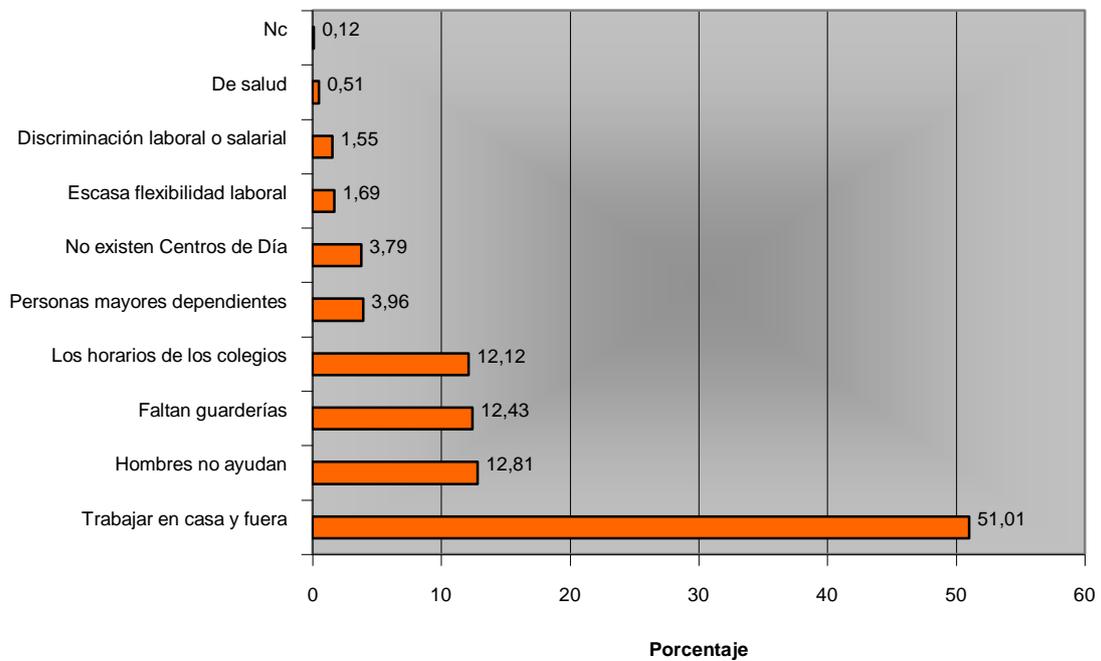


- Son conscientes de ello especialmente las mujeres trabajadoras, en concreto las que lo hacen por cuenta propia (68%) en el sector primario y de la construcción.
- A nivel de Estado Español, los resultados son similares aunque menos críticos: el 55% de las españolas ocupadas admite haber encontrado dificultades.
- Hay una relación directamente proporcional entre el nivel de estudios y las dificultades de conciliación (puesto que en muchos casos son mujeres trabajadoras).
- La composición familiar intensifica estas percepciones; así, encuentran más obstáculos:
 - Las que tienen personas dependientes o enfermas a su cargo.
 - Las familias extensas.

- Comarca y El Periódico de Villena tienen una gran penetración en los hogares donde existen mujeres con esta problemática. No creen que existan estas dificultades la mayor parte de las lectoras de Canfali.

✓ Las dificultades se enmarcan en la distribución desigual de las cargas familiares.

Gráfico 30: Dificultad principal que impide la conciliación (Base: mujeres que tienen dificultades de conciliación)

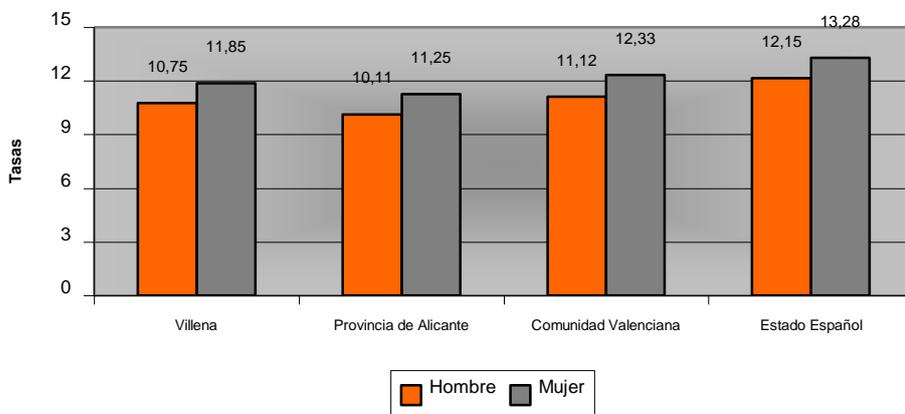


5.

Mujer y formación

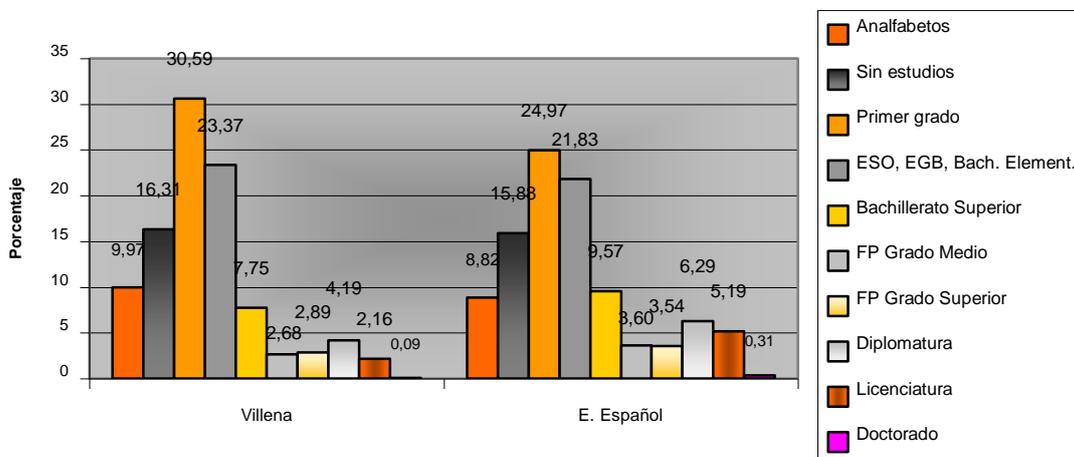
✓ En la actualidad, las mujeres están en mayor medida insertadas en los diversos procesos de formación que los hombres (independientemente del ámbito que se trate).

Gráfico 31: Tasa de escolarización



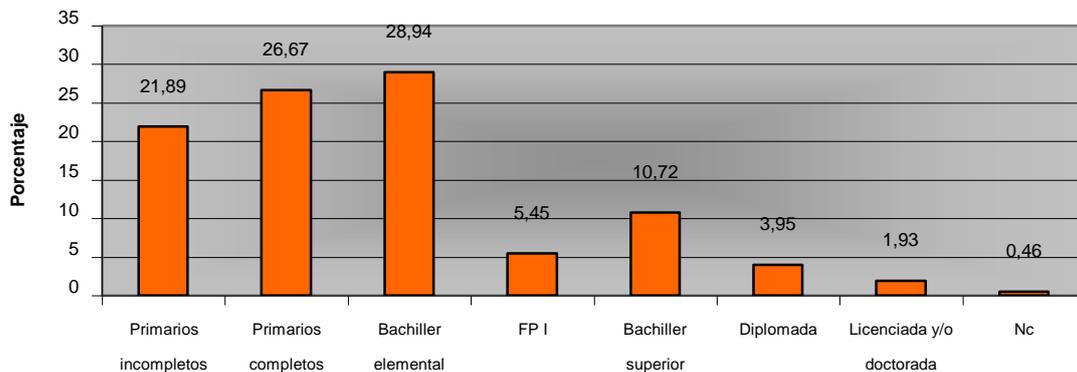
✓ A medida que nos aproximamos geográficamente, los niveles de instrucción caen en las titulaciones superiores.

Gráfico 32: Nivel de estudios de la mujer según ámbito geográfico



✓ Las mujeres de Villena suelen haber cursado estudios medios o primarios.

Gráfico 33: Nivel de estudios de la mujer

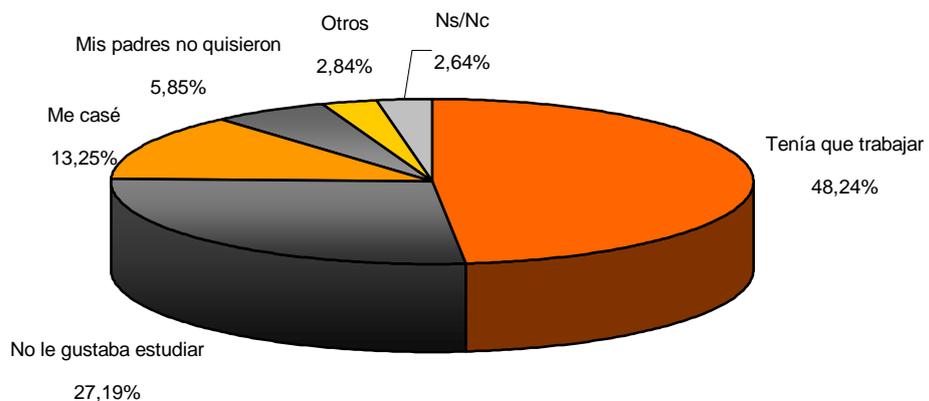


- El nivel de instrucción se asocia al ciclo vital:
 - De hecho, han cursados más estudios las mujeres:
 - De menor edad.
 - Solteras que viven aún en el nido familiar o que cohabitan sin haberse casado.
 - Están menos instruidas las:
 - Mujeres de cohortes demográficas más avanzadas.
 - Viudas.
- También se asocia la calificación a la situación laboral y, por extensión, a la renta familiar:
 - Son trabajadoras por cuenta ajena o empresarias las que han finalizado estudios más avanzados.
 - Las paradas y amas de casa poseen estándar educativo menor.
- Las mujeres extranjeras suelen haberse formado más que las españolas.
- Aquellas que tienen más estudios visitan diarios digitales con mayor frecuencia que el resto (Villena.net y Villenaaldia.net).

5.1. Inhibidores de la formación

✓ Las causas de abandono de la formación se enmarcan básicamente en tres aspectos: necesidades económicas, deseos personales y motivaciones familiares.

Gráfico 34: Motivos para no seguir estudiando (Base: mujeres que no han concluido estudios superiores)

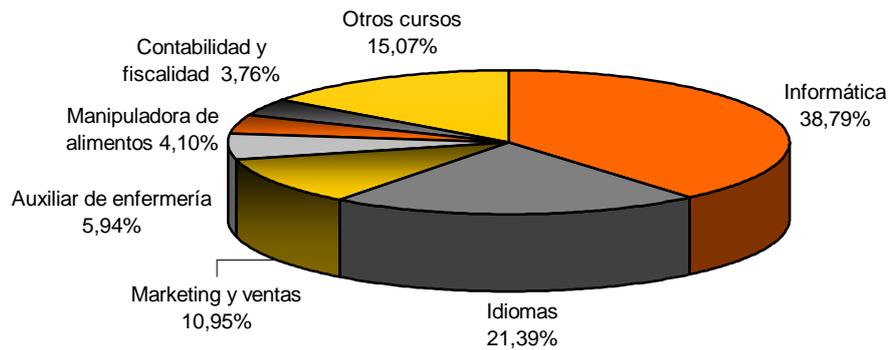


- Las motivaciones económicas disminuyen conforme aumenta el nivel de instrucción de la mujer.
- En cambio la necesidad de ganar dinero adquiere mayor peso en los hogares desestructurados que en el resto. En las familias extensas, se enumeran razones de índole personal para dejar de estudiar.
- A mayor edad, mayor influencia familiar para abandonar los estudios; de ahí que:
 - Las jubiladas sean las que más han esgrimido este argumento.
 - Las que aún viven con sus padres afirman que no les gustaba estudiar.

5.2. Formación no reglada

✓ La mayoría de las villenenses no recurre a cursos de este tipo (73,80%).

Gráfico 35: Cursos de formación no reglada realizados (Base: mujeres que han realizado formación no reglada)



- Las mujeres asienten que han cursado sobre todo informática, idiomas y márketing, *merchandising* y ventas.

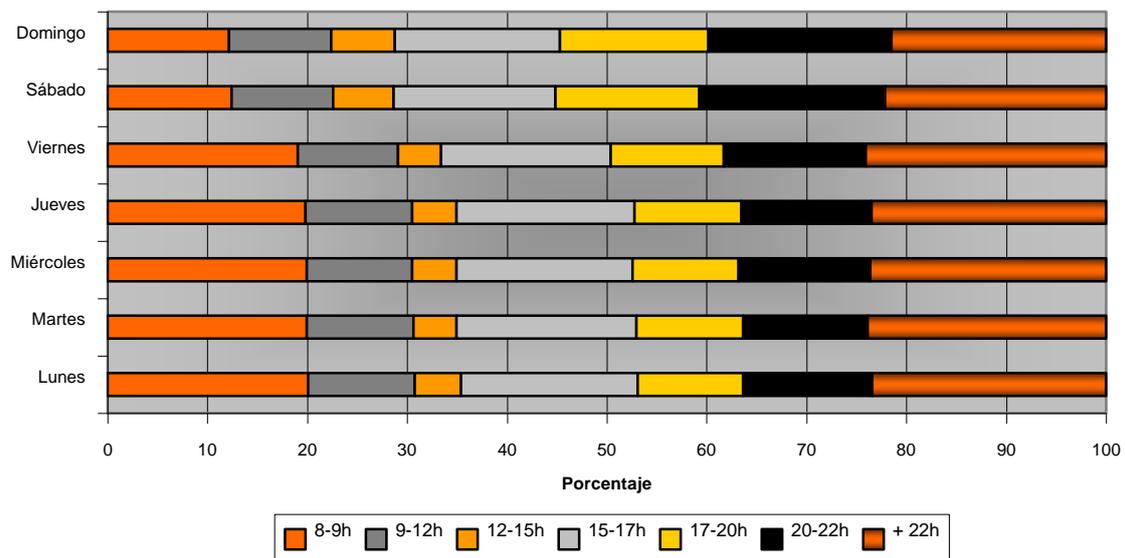
6.

Tiempo libre y ocio femenino

6.1. Disponibilidad de tiempo libre de la mujer

✓ A partir de las 22:00 horas es cuando la mujer tiene tiempo de esparcimiento (todos los días de la semana sin excepción).

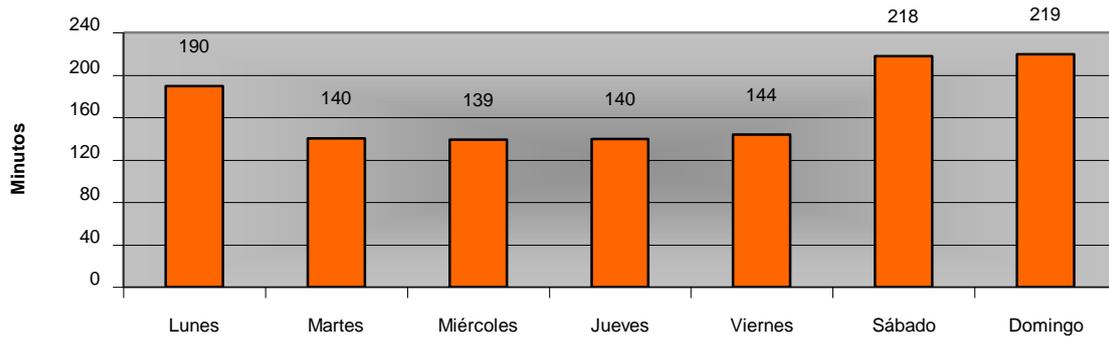
Gráfico 36: Intervalos horarios en los que dispone de tiempo libre



- El horario de 12:00 a 15:00 es el más apretado para las mujeres (al coincidir con la salida de los niños del colegio y la realización de tareas domésticas).
- Las franjas horarias que van de 8:00 a 9:00 y de 20:00 a 22:00 se complementan según su coincidencia entre semana o fines de semana (matutino entre semana, y vespertino para fines de semana).

✓ Las encuestadas disfrutan de unos 200 minutos de tiempo libre diarios (algo más de tres horas).

Gráfico 37: Tiempo dedicado a actividades de ocio

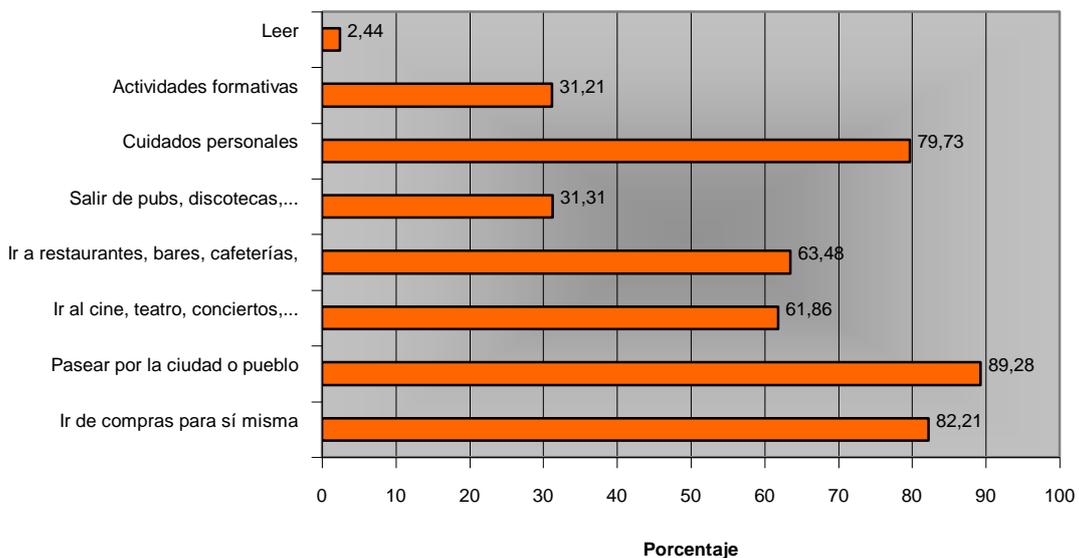


- En fines de semana la mujer están menos ajetreadas.
- El tiempo de ocio varía sustancialmente según la situación laboral:
 - Estudiantes, paradas y jubiladas: suelen disponer de más tiempo.
 - Amas de casa: el lunes es el día menos ocupado.
 - Trabajadoras por cuenta ajena: casi no disponen de tiempo para sí mismas.
- Aquellas que viven en pareja disponen de menos tiempo de asueto que las que no están en esa situación.

6.2. Actividades de ocio que le interesan

✓ Las actividades que más importan a las mujeres de Villena son, por orden: pasear por la ciudad (89,28%), ir de compras (82,21%) y el consumo de servicios de cuidado personal (79,73%).

Gráfico 38: Interés por actividades de ocio



✓ Se han identificado 4 colectivos de mujeres según las actividades de ocio que practican:

- Ocio comercial-urbano: entendido como acudir a comprar a centros comerciales, pasear, salir a cenar, ir a restaurantes y cafeterías o recibir cuidados personales. Lo practican el 47,8% de mujeres jubiladas, paradas o amas de casa, viudas, divorciadas y separadas que viven solas o con hijos o en núcleo desestructurado (con menos miembros en cuanto al tamaño del hogar). Residen en Morenica-Constancia y el Centro-Plaza de toros.

- Ocio activo: actividades dinámicas vinculadas normalmente a la juventud (deportes, discotecas, cines, teatros, conciertos o actividades formativas). Es secundado por el 34,3% de las mujeres. Estudiantes o trabajadoras (tanto autónomas como asalariadas), solteras o divorciadas, generalmente jóvenes (38 años), que viven con sus padres o en una familia extensa y que gozan de niveles de formación y de ingresos superiores al resto. Se localizan en Plaza del Rollo-Hacienda-Rosalía de Castro y en el diseminado del municipio.
- Lectura: Hábito seguido por un 2,5% de las encuestadas. Acostumbran a vivir en pareja sin estar casadas en una familia de forma nuclear (con su pareja e incluso hijos), y suelen ser jóvenes (edad media de 37 años) cuya renta familiar es destacable, aunque no así su renta per cápita. Morenica-Constancia y diseminado son las zonas de pernoctación habituales.
- Inactivas: Con un 15,4%, realizan un menor número de actividades y con menor frecuencia. Suelen ser trabajadoras por cuenta propia, viven en pareja sin estar casadas o incluso viven solas con una media de edad de 51 años. Sus hogares están básicamente en la zona del Paseo-Renfe.

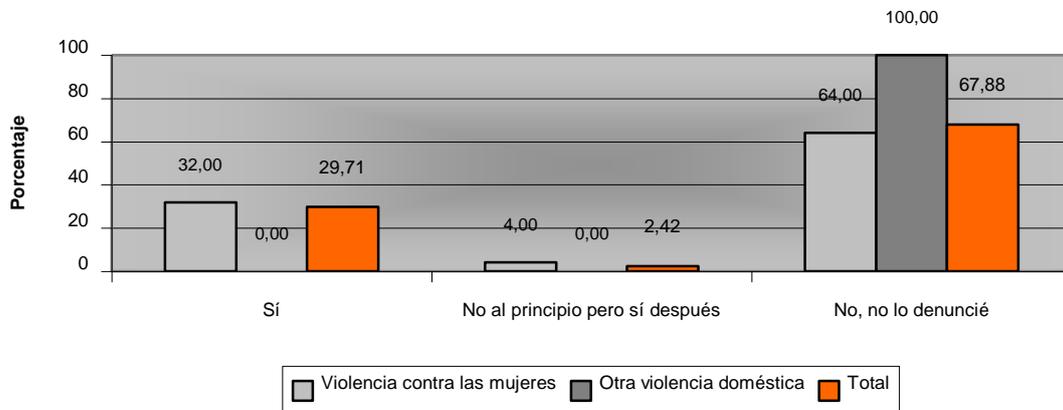
7.

Violencia doméstica

7.1. Denuncias por malos tratos

✓ Una gran parte de la violencia en el ámbito doméstico queda impune.

Gráfico 39: Probabilidad de denunciar el maltrato (Base: mujeres maltratadas)

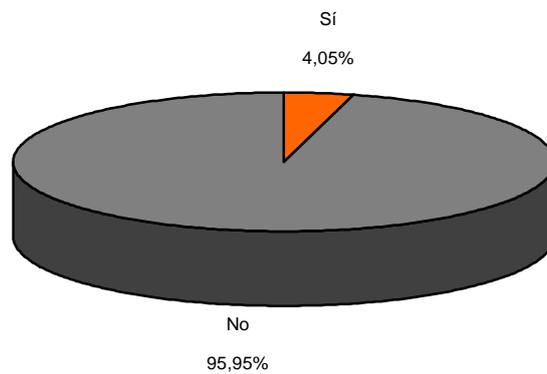


- La violencia contra las mujeres es más denunciada que otros tipos de agresión.
- Aquellas que no delataron al causante de estas vejaciones leen Canfali y El Periódico de Villena.

7.2. Maltrato contra las mujeres de Villena

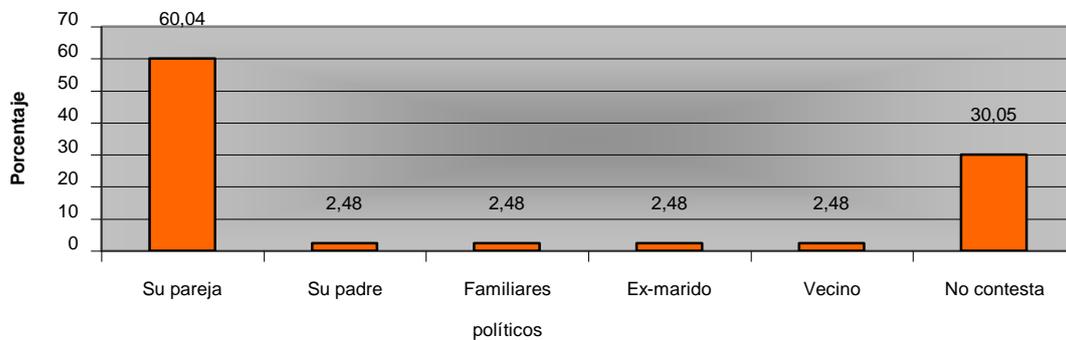
✓ Una niña de Villena al nacer tiene un 4,05% de probabilidades de sufrir algún tipo de maltrato en el ámbito del hogar.

Gráfico 40: Probabilidad de ser víctima de violencia doméstica



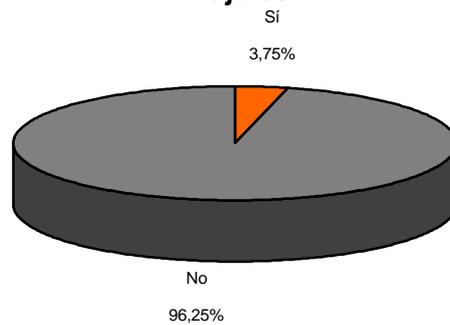
✓ Generalmente se identifica a la pareja como el agresor más común (60,04%).

Gráfico 41: Persona causante de la violencia doméstica (Base: mujeres maltratadas)



✓ El 3,75% de las encuestadas reconoce haber sido víctima de violencia contra las mujeres.

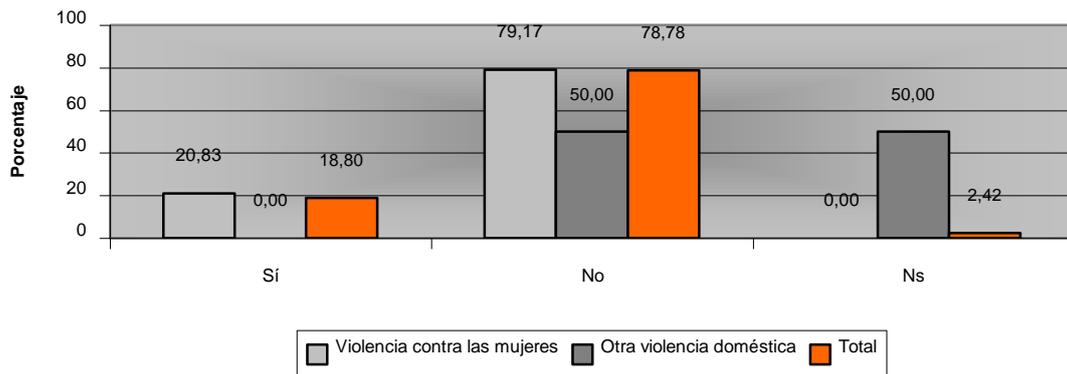
Gráfico 42: Probabilidad de ser víctima de violencia contra las mujeres



- Generalmente, el trato vejatorio determina la situación familiar actual. Así las víctimas de estos maltratos suelen:
 - Estar divorciadas en mayor medida.
 - Vivir solas, con hijos sin pareja o en el hogar paterno.
 - Aportar actualmente la mayor parte de la renta familiar (61%).
- Padecieron esta forma de delincuencia:
 - Las lectoras de Canfali (entre las que lo sufrieron durante su vida).
 - Las oyentes de MQR y las que adquieren el Comarca (entre aquellas que fueron víctimas en el transcurso del último año).

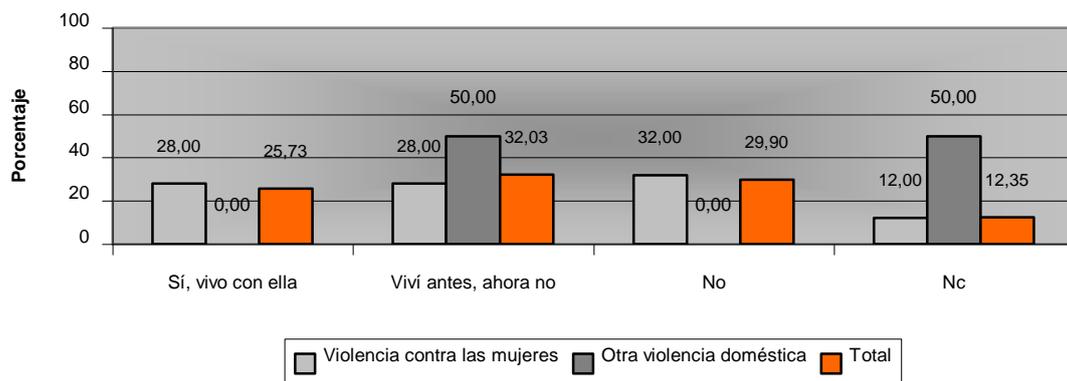
✓ El 0,77% de las villenenses sufren malos tratos anualmente (un total absoluto de 133 residentes).

Gráfico 43: Probabilidad anual de ser víctima de malos tratos (Base: mujeres maltratadas)



✓ Más de la mitad de las encuestadas que han soportado algún tipo de agresión han continuado viviendo con su maltratador.

Gráfico 44: Cohabitación con la persona que la maltrató (Base: mujeres maltratadas)



- Únicamente una de cada tres abandonó inmediatamente al agresor.
- Los medios segmentan a cada uno de estos subgrupos poblacionales.

- Las que aún conviven con el agresor: leen El Periódico de Villena, el Comarca y escuchan Cope MQR.
- Aquellas que tardaron en abandonar al maltratador: ojean el Canfali y son oyentes de Radio Villena Ser.

7.3. Consecuencias del maltrato contra las mujeres de Villena

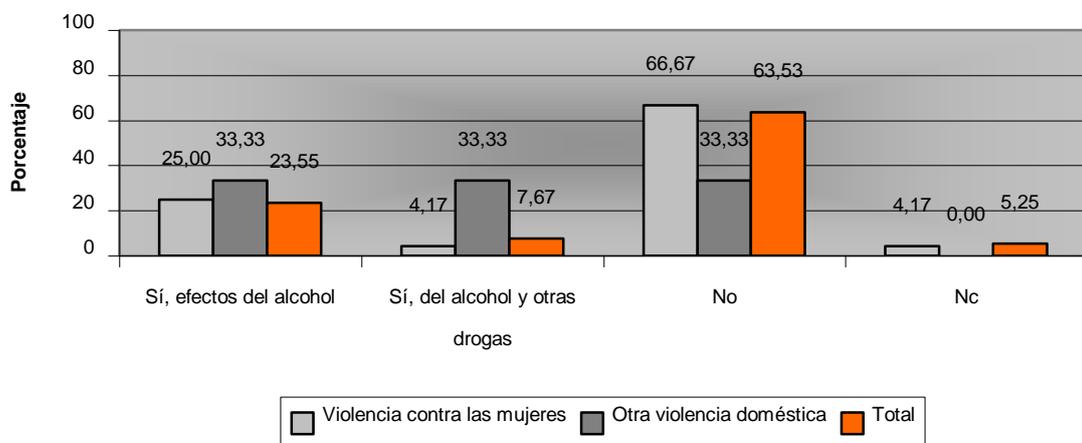
✓ Las entrevistadas que han padecido algún tipo de intimidación son más infelices.

- En mayor medida que el resto de mujeres, se sienten insatisfechas:
 - Consigo mismas.
 - Con su vida familiar.
 - Con su situación económica.
 - Con su salud.
- Padecen mayores trastornos:
 - Emocionales.
 - Alimenticios.
 - Dolencias físicas.

7.4. Condicionantes del maltrato contra las mujeres de Villena

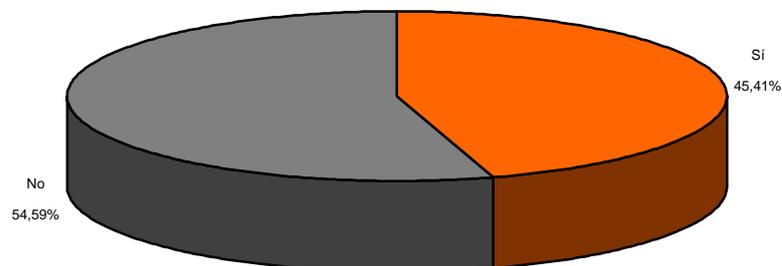
✓ El consumo de drogas no explica la mayor parte de este fenómeno social.

Gráfico 45: Consumo de drogas en el momento del maltrato (Base: mujeres maltratadas)



✓ La prevalencia de esta lacra social no se asocia a razones económicas o de clase.

Gráfico 46: Independencia económica en el momento del maltrato (Base: mujeres maltratadas)

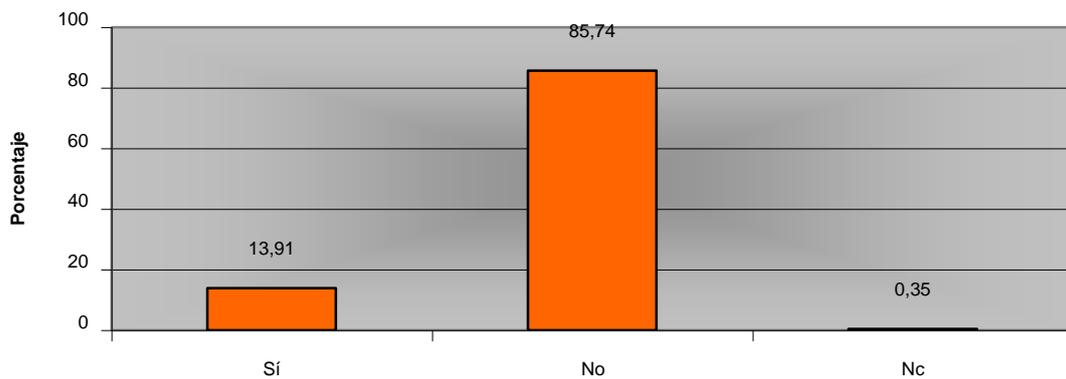


- No existen grupos demográficos de riesgo.

7.5. Repercusión social del maltrato

✓ El 86% de las mujeres de Villena afirmaron no conocer casos de este tipo de delincuencia en el municipio.

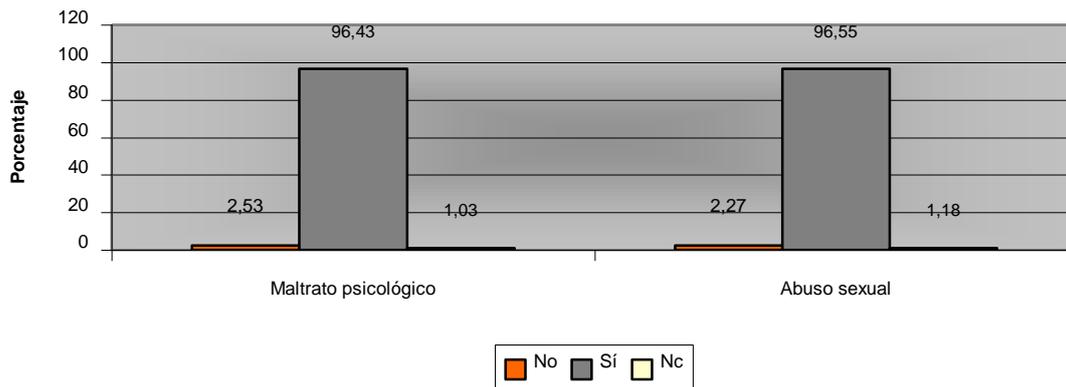
Gráfico 47: Notoriedad de casos de malos tratos en Villena



- La notoriedad de este fenómeno apenas varía según las características de la encuestada. Tienen la certeza de que existen:
 - Las más jóvenes (41 años de media frente a 47).
 - Las divorciadas.
- Se han percatado en menor medida de este tipo de violencia las lectoras de rotativos como el Comarca y el Canfali.
- Tienen más noticias de ello las que recurren a El Periódico de Villena.
- Radio Villena Ser tiene presencia en ambos grupos poblacionales.

✓ 2,53% de las villenenses no conciben que, además del maltrato físico, pueda existir el psicológico. Así, 96 de cada 100 asienten que el abuso sexual es otra forma de violencia.

Gráfico 48: Conocimiento de otras formas de maltrato

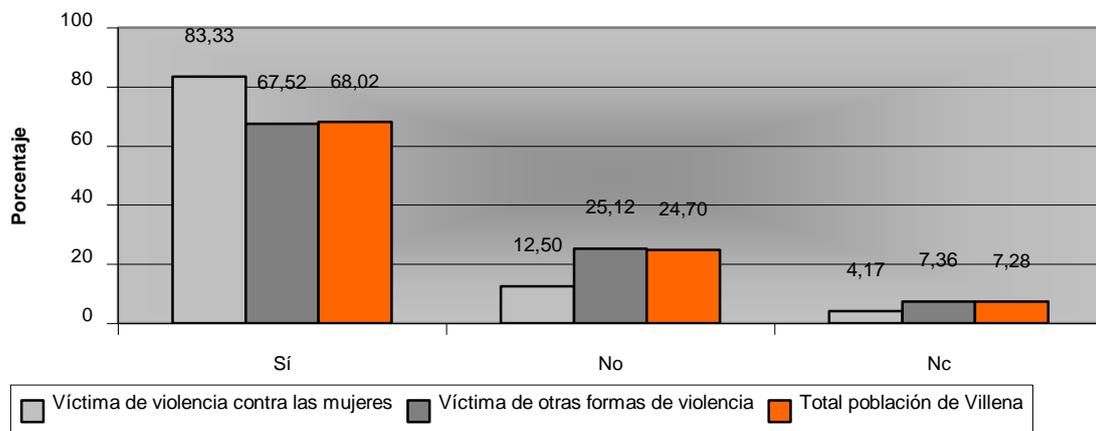


- Existen correlaciones significativas entre la notoriedad de las diversas formas de maltrato y las variables clasificatorias de la mujer:
 - Relación directa con:
 - La renta: a mayor nivel de ingresos familiares, mayor constancia de estas formas de agresión.
 - La formación: a más nivel de instrucción, mayor resulta el grado de conocimiento de este tipo de ataques (los niveles más altos de concienciación se registran entre estudiantes y empresarias).
 - Relación indirecta con la edad: a mayor edad, menos conocimiento de estas tipologías de intimidación (son jubiladas las que menos al corriente estaban de dicha problemática).

7.6. Ayudas a mujeres maltratadas

✓ La mayor parte de la población femenina conoce la existencia de ayudas municipales a mujeres maltratadas.

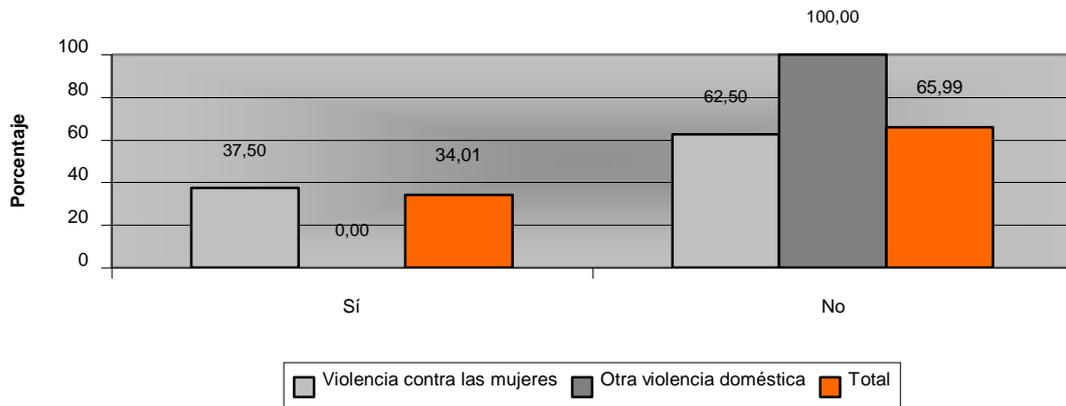
Gráfico 49: Conocimiento de la existencia de ayudas a mujeres maltratadas



- Desafortunadamente, no todas las que han sufrido algún tipo de agravio conocían la oferta de estos servicios.
- Están más informadas: las empresarias, profesionales liberales y trabajadoras por cuenta ajena.
- No identifican estos apoyos institucionales una parte de la audiencia de: el Comarca, Canfali, El Periódico de Villena y Radio Villena Ser.

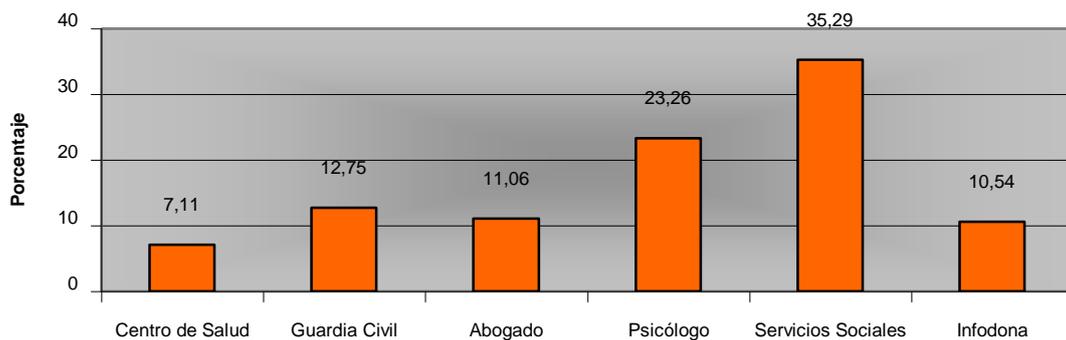
✓ Una de cada tres mujeres sufrió silenciosamente esta situación sin acudir a obtener ningún tipo de auxilio por parte los organismos públicos.

Gráfico 50: Nivel de uso de los servicios de ayuda a mujeres maltratadas (Base: mujeres maltratadas)



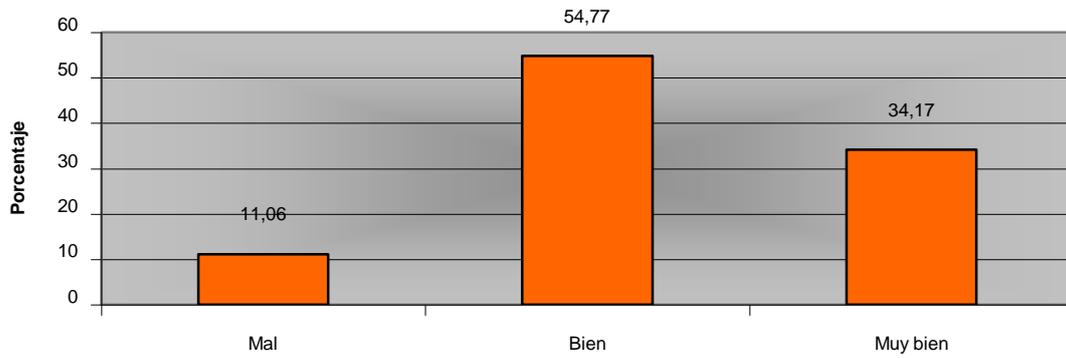
✓ A la hora de buscar ayuda, la inmensa mayoría se decanta por el área de Servicios Sociales, o bien acudir a un profesional de la psicología.

Gráfico 51: Servicios de ayuda utilizados (Base: mujeres maltratadas que acudieron a algún servicio público)



✓ Las usuarias valoran positivamente estos servicios.

Gráfico 52: Nivel de satisfacción con los servicios de ayuda (Base: mujeres maltratadas que acudieron a algún servicio)



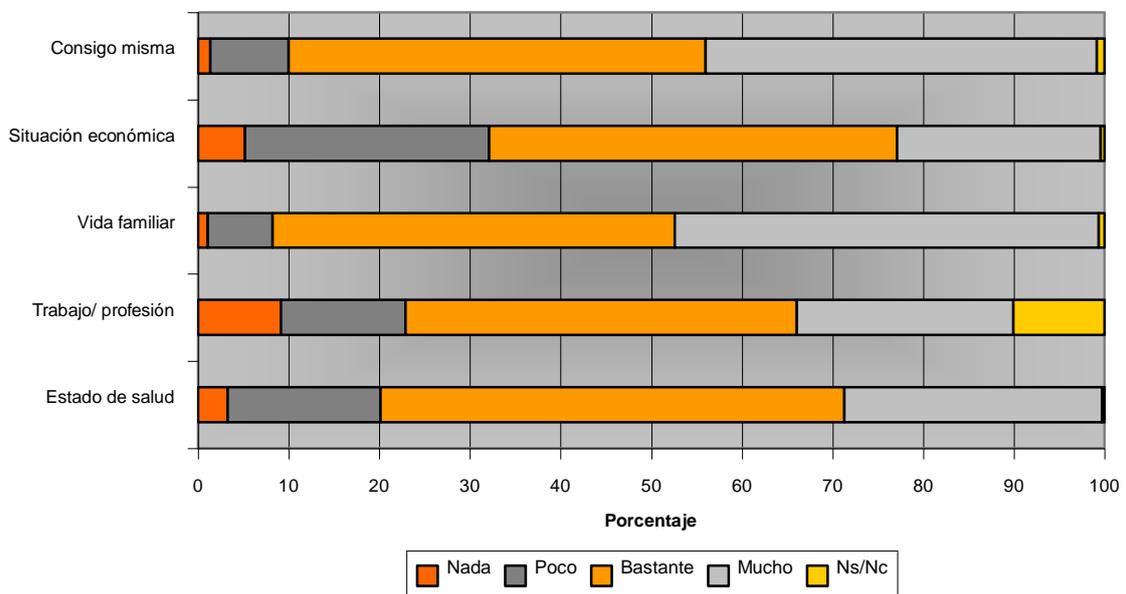
- Los abogados fueron los mediadores que menos agrado despertaron.

8.

Satisfacción de la mujer de Villena

✓ Casi nueve de cada diez mujeres afirman estar muy o bastante contentas consigo mismas, y únicamente un 1,32% no se encuentran ahitadas en este sentido.

Gráfico 53: Nivel de satisfacción de la mujer de Villena



- La mujer de Villena se siente satisfecha con su estado de salud en un 79,87%.
- No genera grandes niveles de insatisfacción la profesión, aunque el 10% de entrevistadas no supieron ubicarse en esta escala.
- La mujer de Villena antepone la vida familiar al resto de facetas de su vida.
- El perfil que define a las encuestadas según el nivel de satisfacción consigo mismas varía:

- Satisfechas: son jóvenes, con alto nivel formativo, divorciadas o solteras, estudiantes, amas de casa y trabajadoras por cuenta ajena que tienen unos ingresos por cápita mayores a la media.
- Menos satisfechas: se pueden definir como personas cuyos estudios son inferiores a la media, viven con su pareja de hecho, pueden tener personas dependientes a su cargo o estar en paro. El disponer de menos ingresos influye sobre su valoración personal y, en mayor proporción, tienen domicilio en la zona del Poblado-Casco Antiguo.
- El grado de satisfacción con la salud cambia:
 - Las más contentas: son jóvenes con mayores niveles de renta y formación, viven con sus padres o en una familia extensa. A nivel laboral, es notorio el perfil de estudiantes y trabajadoras por cuenta propia. Las féminas extranjeras suelen estar más satisfechas con su salud que las españolas.
 - Las más descontentas: suelen ser villenenses con niveles bajos de estudios, que viven solas o con pareja sin haber contraído matrimonio o jubiladas. Residen mayoritariamente en la zona del Poblado-Casco Antiguo.
- Se pueden caracterizar las mujeres según el nivel de ahitamiento con su vida familiar:
 - Satisfechas: Poseen un elevado nivel de estudios e ingresos, su estado civil es de casadas, parejas de hecho o en la actualidad separadas. Conviven en familias extensas, o comparten vivienda con su pareja o familia nuclear. Son estudiantes o empresarias-profesionales.
 - Insatisfechas: se caracterizan por tener un bajo nivel formativo y ser viudas, divorciadas o parejas de hecho, solteras o madres solteras. Por su actividad laboral suelen ser jubiladas o paradas y, en mayor proporción, viven en la zona del Poblado-Casco Antiguo.

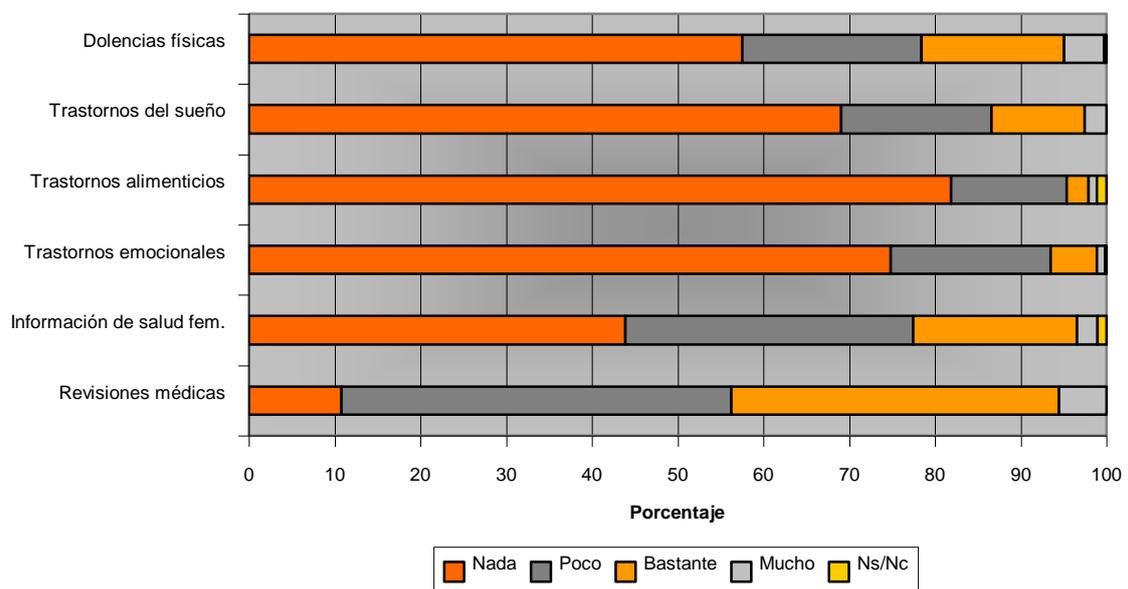
- La satisfacción con la profesión difiere según tipología de mujer:
 - Satisfechas suelen tener una alta formación, a la vez que aportan mayores ingresos propios al hogar que la media. Tienden a ser solteras, separadas o divorciadas, viven con sus padres o en una familia extensa y trabajan tanto por cuenta propia como ajena. A menor edad, mayor agrado les despierta su profesión. Habitan en mayor proporción en la zona de la Plaza del Rollo-Hacienda-Rosalía de Castro.
 - Insatisfechas De baja formación académica, su estado civil es de parejas de hecho o viudas, o personas que viven solas con pareja. En el ámbito laboral están paradas, jubiladas o se dedican a tareas del hogar.
- Detectamos diferentes niveles de entusiasmo con la situación económica familiar según las variables clasificatorias de la mujer:
 - Las más satisfechas con su situación económica son, por razones obvias, aquellas que obtienen mayores ingresos que la media. Suelen ser mujeres que viven en pareja o casadas, en familias extensas o nucleares y que trabajan tanto por cuenta propia como ajena. En mayor medida, pueden considerarse representativas de zonas como el Paseo Chapí-Renfe y la Plaza del Rollo-Hacienda-Rosalía de Castro.
 - Las menos satisfechas con su situación económica vendrían a ser personas que viven en situación de pareja de hecho, divorcio o separación, así como también aquellas que habitan en núcleos desestructurados, solas o con sus padres, o que todavía están paradas o ya jubiladas. Las encontramos principalmente en la zona del Poblado-Casco Antiguo.

9.

Mujer y salud

✓ Escasa asistencia a revisiones médicas (11 de cada 100 reconocen no acudir a revisiones de ningún tipo y 45 de cada 100 lo hacen ocasionalmente).

Gráfico 54: Concienciación en temas de salud



- Es poco habitual que las mujeres de Villena reciban información sobre salud femenina.
- En lo referente a las dolencias:
 - Apenas sufren trastornos alimenticios.
 - Escasos desarreglos emocionales.
 - Destacan las dolencias físicas, bastante recurrentes en un 16,61% de las mujeres y muy continuadas para un 4,63%.
 - Los trastornos del sueño afectan a 14 de cada 100 mujeres.

- A las revisiones médicas suelen ir mujeres:
 - Con niveles de formación algo más bajos que la media. De edades mayores al promedio poblacional, de ahí que sean viudas y jubiladas que viven en familias extensas o en hogares donde los hijos ya se han independizado.
 - Españolas más que extranjeras.
 - Con domicilio en el Poblado-Casco Antiguo y Paseo Chapí-Renfe.
- En lo referente a la información sobre salud femenina que reciben las villenenses:
 - Confiesan que han recibido más, las que han cursado más estudios. Especialmente las de la zona de la Plaza del Rollo-Hacienda-Rosalía de Castro.
 - No han tenido documentación de este tipo las que viven en familias extensas y en la zona del diseminado.
- Las mujeres de Villena que soportan más trastornos emocionales se pueden definir como:
 - Casadas, viudas y separadas.
 - De cohortes demográficas más avanzadas.
 - Con domicilio en el Poblado-Casco Antiguo. En el área geográfica de la Plaza del Rollo-Hacienda-Rosalía de Castro es donde menos incidencia hay de tales casos.
- Los desarreglos alimenticios:
 - Son inversamente proporcionales al nivel de estudios y directamente proporcionales a la edad.
 - Suelen ser menos frecuentes entre las trabajadoras por cuenta ajena.
- La epidemiología de los trastornos del sueño varía dependiendo de las características de las mujeres de Villena. Así son:
 - Más corrientes estas disfunciones entre mujeres:
 - De menores niveles de estudio.
 - Viudas y solteras.

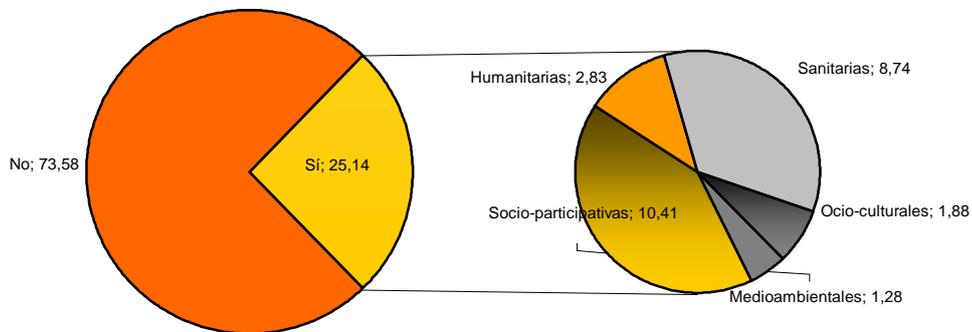
- Jubiladas, empresarias y profesionales liberales.
- Los cuadros de insomnio resultan esporádicos entre:
 - Mujeres divorciadas y parejas de hecho.
 - Con un mayor grado de instrucción.
- Se pueden caracterizar los perfiles de las villenenses que soportan más o menos dolencias físicas. La prevalencia es mucho menor entre los niveles de estudio intermedios y mucho más acusada en los polos extremos de instrucción. Además, se asocia fuertemente a la edad de la mujer, presentando esta sintomatología mujeres gerontes, y por extensión, viudas y jubiladas que viven solas o con hijos pero sin pareja y con menores niveles de ingresos que la media. Residen en la zona de Cruces y el Poblado-Casco Antiguo. Por nacionalidades, son más las españolas que las extranjeras quienes se aquejan de este tipo de dolencias.

10.

Participación ciudadana de la mujer**10.1. Grado de asociacionismo**

✓ Escaso nivel de asociacionismo de las mujeres de Villena (25,14%).

Gráfico 55: Grado de asociacionismo



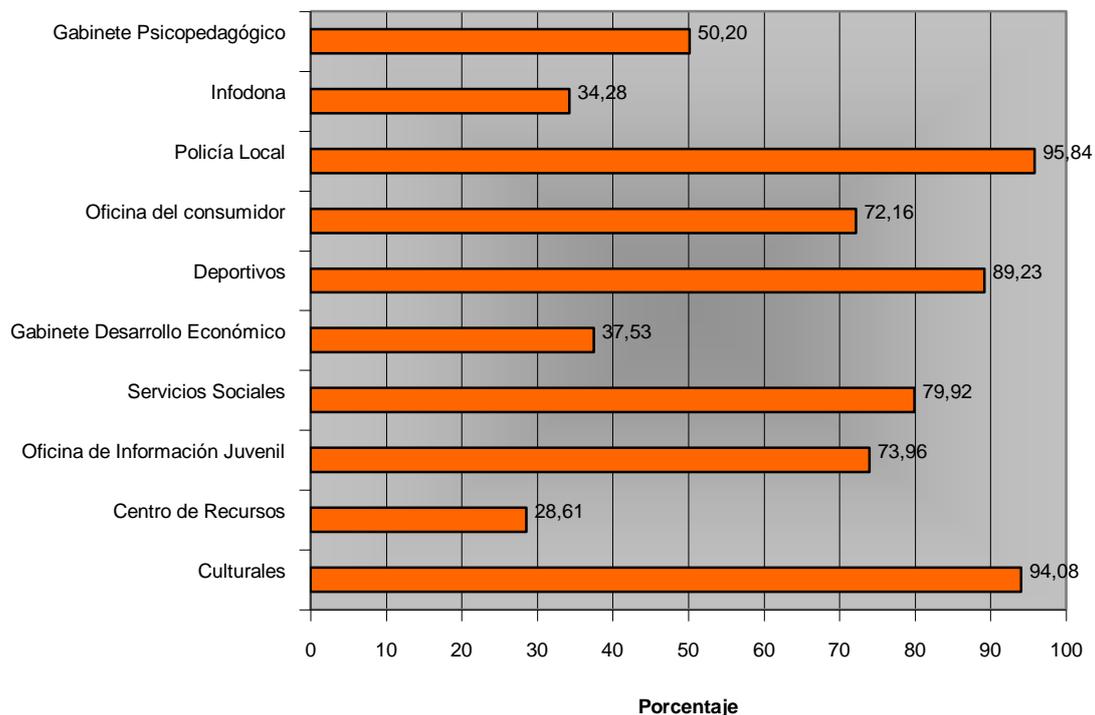
- La adscripción más destacada es en los grupos socio-participativos (10,41% del total de la muestra, 41,42% de las mujeres asociadas), seguido de las sanitarias (8,74% del total de las encuestadas, 34,75% de las mujeres asociadas).
- Determina la pertenencia a estas organizaciones la situación familiar y laboral:
 - Las menos participativas son las divorciadas y las que viven en pareja o en núcleos familiares desestructurados. El perfil más característico sería el de una estudiante o parada del sector de Morenita-Constanza.
 - Las que más son las parejas de hecho, que viven en familias extensas y trabajan por cuenta propia.
- Los colectivos elegidos varían según determinadas características:

- Nivel de instrucción: las licenciadas y doctoradas prefieren organizaciones ecologistas.
- Nacionalidad: las españolas están más vinculadas a grupos de todo tipo.
- Las mujeres menos vinculadas se enfrentan a los soportes más masivos, destacando El Periódico de Villena, Canfali y Radio Villena Ser. Por otro lado, forman parte de asociaciones:
 - Medioambientales: quienes consultan El Periódico de Villena, el Comarca y Portada.
 - Socio-participativas: las que escuchan Radio Villena Ser o leen el Comarca.
 - Sanitarias: aquellas que se informan a través del Comarca.
 - Humanitarias: las lectoras del Canfali.

10.2. Notoriedad de los servicios del Ayuntamiento de Villena

✓ La Policía Local, los Servicios Culturales y las Dotaciones Deportivas son los servicios más conocidos por las ciudadanas.

Gráfico 56: Notoriedad de los servicios municipales



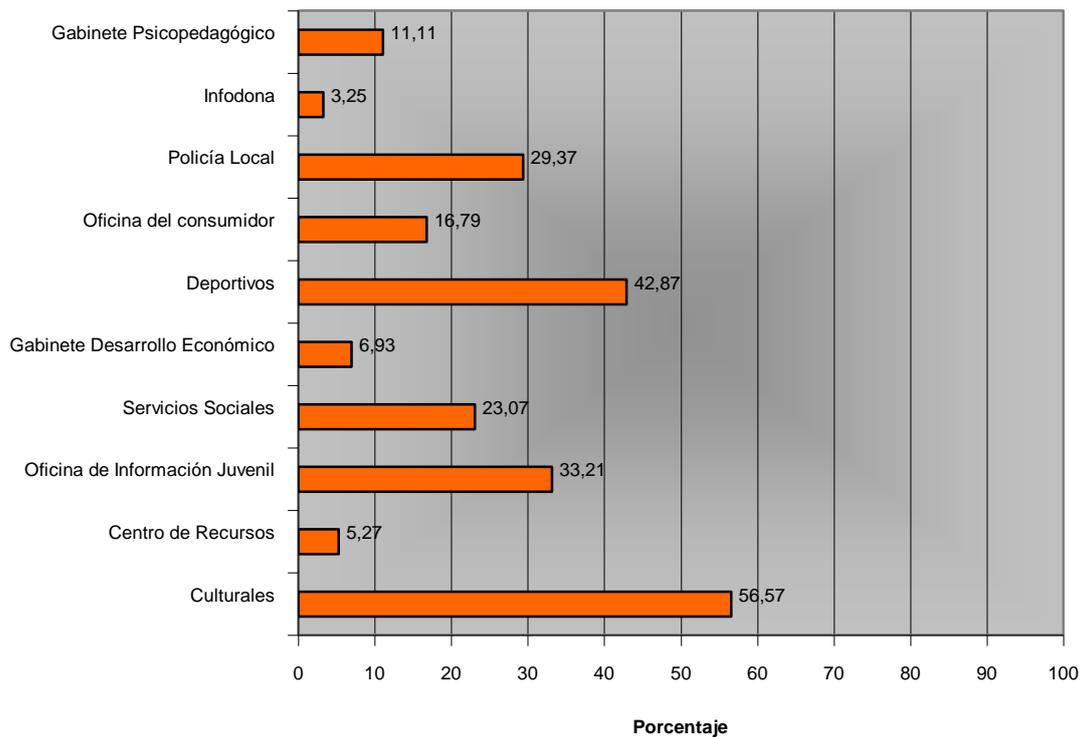
- La notoriedad menos destacada la sufren el Gabinete de Desarrollo Económico, Infodona y el Centro de Recursos.
- Las mujeres de Villena conocen una media de 6,56 servicios municipales de los 10 enumerados.
 - 1 de cada 10 reconoce todos.
 - Prácticamente todas enumeran 1 ó 2 servicios.
- Están más informadas al respecto (7 servicios de media):
 - Las mujeres jóvenes.
 - Españolas.

- Con mayores niveles de estudio.
- Separadas y divorciadas.
- Que viven en familias extensas.
- Trabajan por cuenta ajena.
- Localizadas en la Plaza de Rollo-Hacienda-Rosalía de Castro y el Centro de la Plaza de Toros.
- Con un número mayor de:
 - Hijos dependientes a su cargo.
 - Miembros en la unidad familiar.
 - Ingresos familiares.
- Tienen un conocimiento menor (5 servicios):
 - Mujeres de mayor edad.
 - Sin demasiada formación.
 - Jubiladas.
 - Que viven solas o en pareja sin contraer matrimonio.
 - Que tienen domicilio de Poblado-Casco Antiguo y Cruces.
- Con el objeto de impactar sobre las villenenses que no están al tanto de los diferentes servicios, enumeramos los medios de comunicación más eficaces en relación al tipo de oferta:
 - Los Servicios Culturales e Infodona: El Periódico de Villena, Canfali y Radio Villena Ser.
 - El Centro de Recursos: Comarca y Radio Villena Ser.
 - La Oficina de Información Juvenil, los Servicios Sociales y el Gabinete Psicopedagógico: Radio Villena Ser y El Periódico de Villena.
 - El gabinete de Desarrollo Económico: Canfali, El Periódico de Villena y Radio Villena Ser.
 - La Oferta Deportiva: El Periódico de Villena y Canfali.
 - La Oficina del Consumidor: el Comarca.

10.3. Uso de los servicios municipales

✓ Los prestaciones culturales y deportivas son las que más movilizan a las mujeres de la localidad (una 56% y 42% los han usado alguna vez).

Gráfico 57: Nivel de utilización de los servicios municipales



Menos éxito ha tenido Infodona (3,25%), el Centro de Recursos (5,27%) y el Gabinete de Desarrollo Económico (6,93%).

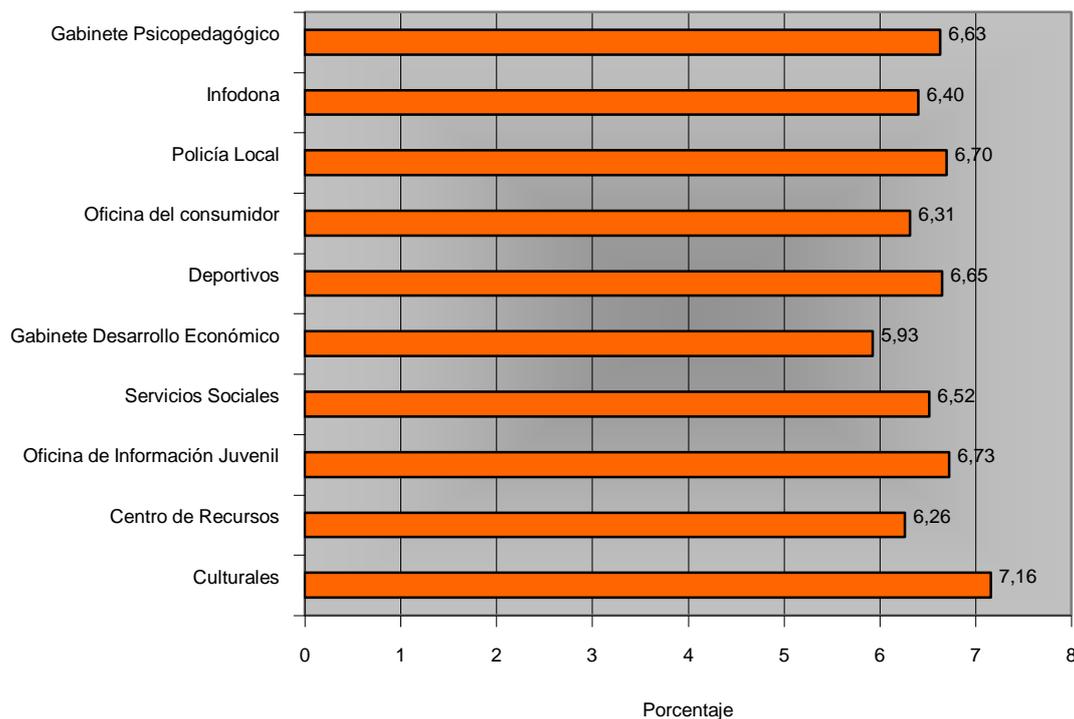
- Los servicios más conocidos son los más solicitados.
- Una media de 2,28 de las 10 ofertas enumeradas han sido aprovechadas por las ciudadanas.
 - 1 de cada 4 no ha precisado ninguno de ellos.
 - Apenas existen encuestadas que utilicen 7 ó más servicios.
- Se han valido en mayor medida de las dotaciones municipales las villenenses:

- Divorciadas, separadas, parejas de hecho o que viven con sus padres.
- En la zona Plaza del Rollo-Hacienda-Rosalía de Castro (3 nombramientos).
- Estudiantes y trabajadoras por cuenta propia (3).
- Españolas principalmente (2).
- No han solicitado tantos servicios:
 - Viudas, jubiladas y mujeres que viven solas (1 enumeración).
 - Provenientes de la zona Cruces, Paseo Chapí-Renfe y el diseminado del municipio.
 - Extranjeras (1).
- Existen correlaciones entre la variable en estudio y otros aspectos definitorios de la mujer y su familia. Se produce, de este modo, un mayor uso de los servicios:
 - A superiores niveles de estudio, tamaños del hogar, número de hijos menores e ingresos monetarios familiares.
 - A inferiores edades.

10.4. Valoración de los servicios municipales

✓ Existe una buena percepción y valoración de los servicios municipales.

Gráfico 58: Valoración de los servicios municipales (Base: mujeres que conocen los servicios)



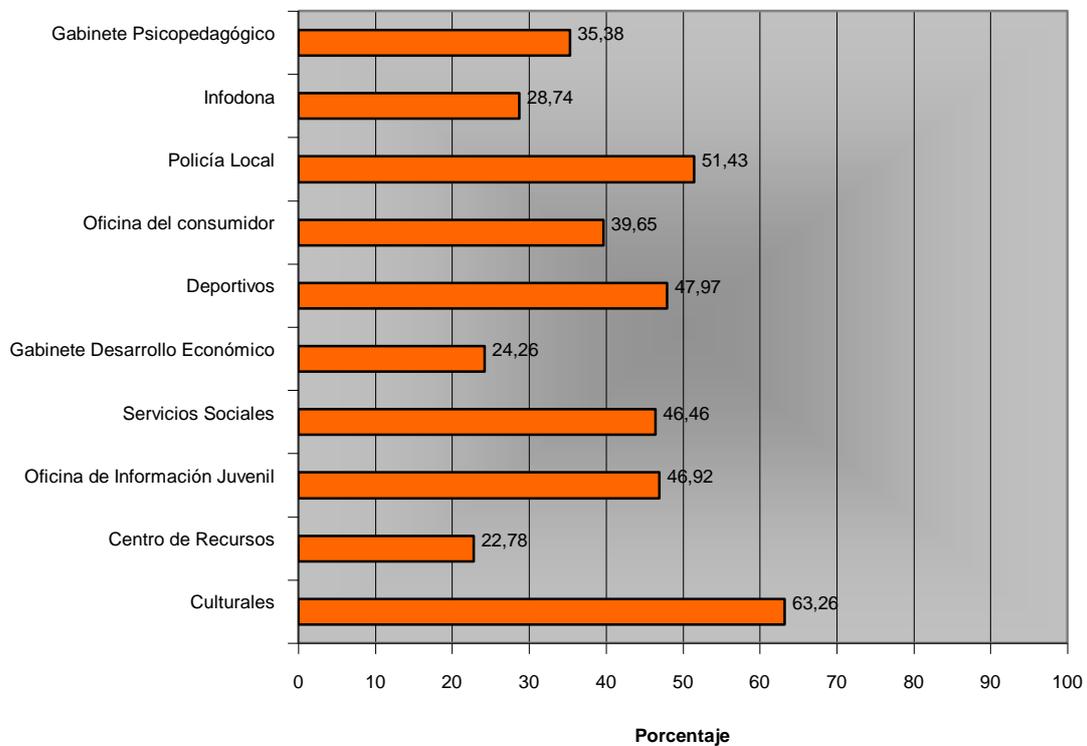
- Las puntuaciones más notables las reciben los Equipamientos Culturales (7,16 de media y 7 de mediana) y las menores el Gabinete de Desarrollo Económico (5,93 de media y 6 de mediana).
- Homogéneas fueron, en este sentido, las respuestas dadas por los diferentes perfiles de mujeres a los centros culturales, Gabinete de Desarrollo Económico, Oficina del Consumidor e Infodona.
- Se observan diferencias en las valoraciones del resto de servicios según algunas características definitorias de la mujer. Así, evalúan mejor los siguientes *outputs*:

- Centro de recursos: las mujeres que proceden de núcleos desestructurados (7 de media).
- Servicios Sociales:
 - Villenenses que viven con sus hijos pero sin pareja (7).
 - Las rentas más altas.
- Instalaciones Deportivas: las que viven en hogares con ingresos más elevados.
- Policía Local: divorciadas en mayor medida que el resto.
- Gabinete Psicopedagógico:
 - Las que viven con sus hijos pero sin pareja.
 - Aquellas que tienen una prole dependiente más amplia.
- Se puede acceder a los que dan puntuaciones más discretas mediante los siguientes soportes:
 - Gabinete de Desarrollo Económico: a través del rotativo Portada.
 - Oficina de Información Juvenil: por medio del Canfali.
 - La oferta Deportiva: vía Las Provincias y el Comarca.

10.5. Nivel de difusión de información de los servicios municipales

✓ Para las mujeres de Villena el Centro de Recursos, el Gabinete de Desarrollo Económico y el Servicio de Infodona son los que ofrecen menos información.

Gráfico 59: Nivel de difusión de los servicios municipales



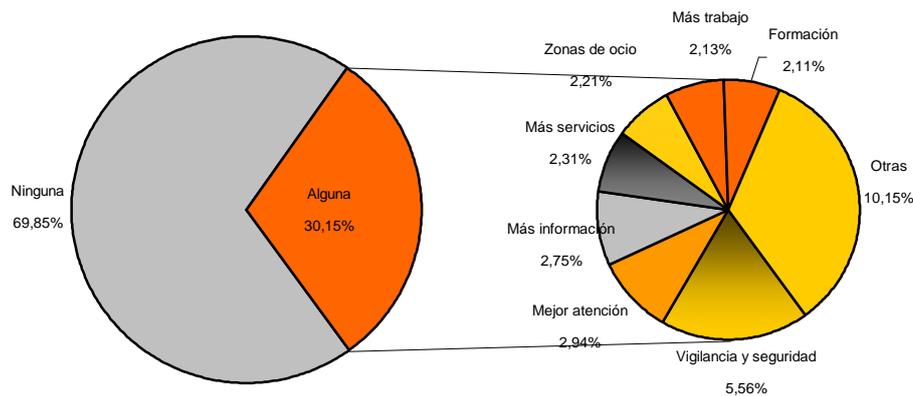
- Creen que existe suficiente nivel de divulgación sobre los Servicios Culturales.
- El grado de transmisión de información de la Oficina de Información Juvenil y de las actividades Culturales varía según la tipología de mujeres:
 - Se considera mayor cuanto mayor es también el nivel de estudios de la encuestada.

- Jubiladas y amas de casa lo estiman insuficiente
- El hecho de pertenecer a asociaciones puede favorecer la llegada de información sobre eventos culturales municipales (entienden que reciben más documentación al respecto).
- Son españolas las que califican de adecuada la información transmitida por el Gabinete Psicopedagógico; las extranjeras, sin embargo, tildan este aspecto de precario.
- Las mujeres que habitualmente leen los diarios digitales ven con mejores ojos el poder de difusión de la Oficina de Información Juvenil que el resto.

10.6. Propuestas de mejora por áreas

✓ Dos de cada tres encuestadas no enumeran ninguna propuesta de mejora de los servicios actuales.

Gráfico 60: Propuesta de mejora de los servicios municipales



- Entre las respuestas, la más destacada es aumentar la vigilancia y seguridad.
- Las recomendaciones de las encuestadas varían según área:
 - Equipamientos culturales: se demanda mayor oferta de servicios (animación infantil, taller de costura, biblioteca por Internet, mejora de formación, etc).
 - Centro de Recursos: fomento laboral de las mujeres.
 - Oficina de Información juvenil: proliferación de zonas de ocio.
 - Servicios Sociales: gestionar más ayudas familiares y aumentar el abanico de actuaciones (asistencia a la tercera edad, ayudas a los jóvenes, promoción del voluntariado, etc).
 - Gabinete de Desarrollo Económico: optimizar la situación laboral de las mujeres y un mejorar el trato en sus dependencias.
 - Zonas deportivas: cambiar la ubicación del polideportivo por otra más idónea.
 - Oficina del Consumidor: más información y mejor trato.

- Infodona: mayor difusión de dicho servicio municipal.
- Gabinete psicopedagógico: aumentar la formación y optimizar el trato del personal que allí trabaja.

11.

Perfil de la mujer de Villena

✓ **Los hogares de Villena se pueden considerar de pequeño tamaño (tres personas de media).**

- Únicamente un 25% corresponde a familias con un promedio de 4 miembros.
- Un 16% de los hogares de Villena tienen un niño/a menor de edad; un 15,5%, dos; y sólo un 2% tienen 3 hijos menores de edad.

✓ **Los ingresos familiares de Villena oscilan alrededor de los 1.163€ de media, aunque el valor mediano desciende a los 1.000€.**

✓ **7 de cada 100 mujeres son extranjeras. Los niveles económicos de los que disfrutan son equiparables a los nacionales.**

- Las foráneas suelen caracterizarse por:
 - Ser más jóvenes.
 - Vivir en hogares con un número mayor de miembros.
 - Tener más hijos menores dependientes.

✓ **Hay distintos perfiles de mujeres según la zona de residencia:**

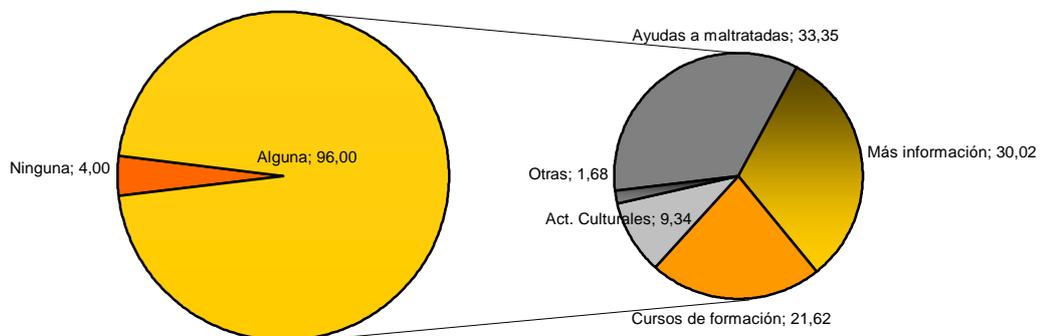
- Nivel de estudios:
 - Menores: se encuentran en el diseminado y Poblado-Casco Antiguo.
 - Superiores: predominan en la Plaza del Rollo-Hacienda-Rosalía de Castro.
- Edad:
 - Mayores: la zona de las Cruces y diseminado.

- Jóvenes: Centro-Plaza de Toros y la Morenica-Constancia.
- Renta familiar:
 - Mayores ingresos: Paseo Chapí-Renfe.
 - Ganancias más modestas: zona del Poblado-Casco Antiguo.

12. Sugerencias espontáneas de las mujeres

✓ Los dos factores que más sugerencias espontáneas concitaron fueron la necesidad de facilitar ayudas a las mujeres maltratadas y, asimismo, de lograr una mayor fluidez de la información entre el Ayuntamiento y la mujer.

Gráfico 61: Sugerencias espontáneas al Área de Igualdad



- Los cursos de formación cobran importancia entre:
 - Las empresarias y trabajadoras por cuenta ajena de todos los sectores de actividad.
 - Aquellas que tienen una formación mayor.
 - Las mujeres censadas en la zona Centro-Plaza de Toros o en la Plaza del Rollo-Hacienda-Rosalía de Castro.
- Ampliar las ayudas a las mujeres maltratadas adquirió centralidad especialmente entre villeneneses:
 - De la tercera edad (más de 64 años).
 - Divorciadas o separadas con un número mayor de descendencia dependiente.

- Que viven solas, con los hijos y sin pareja, o en pareja sin estar casadas.
- En el diseminado del municipio.
- Predominaron las argumentaciones en favor de aumentar las actividades culturales entre las entrevistadas que viven en pareja sin estar casadas.
- Entre las mujeres no originarias de nuestro municipio se considera trascendental:
 - Apoyar a las víctimas de la violencia de género.
 - Generar más actividades culturales.
- Se recomienda el Comarca, El Periódico de Villena y Radio Dénia Ser para informar sobre los cambios oportunos a quienes solicitan:
 - Un flujo de información más fluido entre Ayuntamiento y mujeres.
 - Hacer más cursos de formativos
 - Más ayudas al colectivo de mujeres maltratadas. En este punto pierde protagonismo El Periódico de Villena y adquiere mayor importancia el rotativo Canfali.