

TURISMO

## **GENERACIÓN Z: USO DE LAS REDES SOCIALES DURANTE LOS VIAJES FAMILIARES**

Pilar Alarcón-Urbistondo, pilar.alarcon@uma.es, Universidad de Málaga  
María-Mercedes Rojas-de-Gracia, mmrojasgracia@uma.es, Universidad de Málaga  
Marina Machuca-Artacho, machucaartacho@gmail.com, Universidad de Málaga

**RESUMEN:** El auge en uso de las redes sociales está transformando las relaciones familiares en todos los ámbitos, incluyendo la forma en la que se desarrollan los viajes familiares. Este trabajo analiza el uso que la Generación Z hace de las redes sociales durante estos viajes. Para ello se identifican, por un lado, las pautas de uso de las redes sociales y, por otro, los beneficios buscados que subyacen a su uso en las vacaciones familiares. Con este fin, se ha llevado a cabo un trabajo empírico basado en una muestra a 154 jóvenes. Los resultados ponen de manifiesto la supremacía de WhatsApp frente a otras redes. Asimismo, se identifican seis beneficios clave que obtienen del uso de las redes sociales en sus viajes familiares: compartir sus vivencias, reforzar la experiencia de viaje, interactuar con el grupo de viaje familiar, obtener beneficios funcionales, desconectar del grupo de viaje y evadirse de todo.

**PALABRAS CLAVE:** Redes sociales, Generación Z, Viaje familiar, Smartphone, WhatsApp.

**ABSTRACT:** The rise in use of social media is transforming family relationships across the board, including the way family travel unfolds. This research analyzes the use that Generation Z makes of social networks during these trips. To do this, on the one hand, the patterns of use of social networks and, on the other, the benefits sought that underlie their use on family vacations are identified. For this, an empirical work based on a sample of 154 young people has been carried out. The results show the supremacy of WhatsApp over other networks. Likewise, six key benefits that they obtain from the use of social networks in their family trips are identified: sharing their experiences, reinforcing the travel experience, interacting with the family travel group, obtaining functional benefits, disconnecting from the travel group and escaping from everything.

**KEYWORDS:** Social networks, Generation Z, Family travel, Smartphone, WhatsApp.

---