

Historia del día de San Valentín: ¿por qué se celebra?



El **día de San Valentín** hoy representa la celebración del **amor y la amistad** junto a nuestros seres queridos. Una fecha llena de flores, chocolates, cartas... ¡todo en forma de corazón!

Pero el **14 de febrero** también se convirtió en una de las fechas más esperadas por los comerciantes para atraer clientes, todo esto está muy lejos de sus orígenes asociados con ritos paganos de la Antigua Roma.

Carlos Agredano y Pablo Attías, académicos del [Tec campus San Luis Potosí](#), cuentan para **CONECTA** cómo evolucionó esta celebración entre historias y creencias fantasiosas, además de su impacto social y económico.



width="900" loading="lazy"> La historia de San Valentín data del siglo III

“Es difícil de abordar desde origen porque trae mucho mito y mucha leyenda”, explica Pablo Suárez Attías, profesor de ciencias sociales en PrepaTec [campus San Luis](#).

La fecha toma el nombre de un doctor cristiano de la **Antigua Roma**, llamado **Valentín**, que se reveló contra el emperador que tenía la prohibición de que los jóvenes se casaran pues así no tendrían una familia esperando por ellos en casa.

Valentín comenzó a casar gente en **secreto**. Fue descubierto y, dice la leyenda, que posteriormente fue decapitado. Al haber estado a favor del **matrimonio** comenzó a ser considerado santo del **amor**.

“Esto es un poco de fantasía y de creer en lo que tú quieras creer”.

“Esto es un poco de fantasía y de creer en lo que tú quieras creer”, explica Pablo.



width="900" loading="lazy">

El hecho de que se festeje en esa fecha se debe a un rito que se tenía en la **Antigua Roma** del 13 al 15 de febrero. El nombre de esta celebración era la **Lupercalia**, cuyo propósito era conceder a las mujeres fertilidad.

Con el paso de los siglos, la **iglesia cristiana** decidió imponer la celebración de **San Valentín** en la misma fecha en la que se celebraban estos ritos paganos y así fue como llegó a ser lo que conocemos en la actualidad.

En 1969, al ser una fiesta de influencias paganas, la Iglesia eliminó la fiesta de San Valentín del Santoral. A Valentín se le sigue considerando **santo**.

Aunque hoy en día se celebra en muchos países del mundo, también existen algunos países en los que debido a cuestiones de **religión** no se celebra la fecha.



width="900" loading="lazy"> Impacto social y económico de la celebración

"Lo que nosotros queremos es celebrar dos de los valores que tienen **mayor trascendencia** para la **humanidad**: el **amor** y la **amistad**", comparte Carlos Agredano, director de la carrera de **Mercadotecnia** en [Tec campus San Luis Potosí](#).

El docente explica que el **14 de febrero** es cuando los negocios nuevamente se recuperan de la famosa **cuesta de enero**, la cual es resultado del pico de consumo que se vive en épocas decembrinas.

De igual manera, menciona que las personas ya no buscan marcas que únicamente se enfoquen en ganar dinero, por lo tanto, las empresas deben hacer un **buen manejo** de las **campañas de marketing** que implementarán el próximo **14 de febrero**.

"La gente busca más autenticidad y honestidad con las marcas".

"La gente busca más autenticidad y honestidad con las marcas", explica Carlos.

Otros **países** lo festejan de manera **diferente**. Por ejemplo, en **Japón** se acostumbra a que en el 14 de febrero son las **mujeres** quienes se declaran y si a quien se declaró le interesa, regresa el regalo exactamente un mes después.



width="900" loading="lazy"> Recomendaciones para aprovechar el 14 de febrero

Si cuentas con una empresa y quieres aprovechar el **día de San Valentín** para **aumentar tus ventas**, el experto en mercadotecnia comparte algunos **tips** para poder llevarlo a cabo:

- 1. Anticiparse:** Es recomendable compartir información publicitaria desde el mes de enero para atraer más clientes.
- 2. Ser auténticos:** Define cómo planeas transmitir los valores del amor y la amistad en tu negocio para diferenciarte de la competencia y crear una comunidad con tus clientes.
- 3. Definir un público meta:** ¿A qué generación pertenece?, ¿Qué propuesta de valor puedo ofrecerle que se adapte a sus necesidades?
- 4. Escuchar al cliente:** Investiga las tendencias de consumo de tu público meta y ofréceles lo que ellos piden. Enfocarte en ellos es la clave.
- 5. Proyecta tu razón de ser como organización:** Reparte alegría y emociones a través de las redes sociales y los puntos físicos de venta de tu negocio.

"[...] buscar cómo crear vínculos con las personas más allá de gastar en un regalo".

Ya como clientes, Carlos recomienda **no** tener un **consumo desmedido** en estas fechas con la finalidad de cuidar nuestro **medio ambiente** y **disminuir** un poco la **contaminación** que el **consumismo** ha provocado.

"Debemos estar conscientes de lo que está pasando en la actualidad y buscar cómo crear vínculos con las personas más allá de gastar en un regalo", finaliza el docente.

SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN: