

# UBID Iluminación: La Marca que Nació en Cuarentena y Hoy Llega a Todo el País

*Desde General San Martín, UBID ofrece iluminación moderna, materiales eléctricos y asesoramiento personalizado para todo el país.*

SAN MARTIN, BUENOS AIRES,  
ARGENTINA, May 29, 2025

/EINPresswire.com/ -- El Origen de UBID – Una historia de resiliencia, visión y transformación

En los momentos de mayor incertidumbre es donde nacen los proyectos con alma. UBID Iluminación no es la excepción: es el resultado directo de una crisis que obligó a reinventarse. Fundada por Matías Gemelli en plena pandemia de 2020, UBID surge como una respuesta audaz ante un escenario que paralizó el país y, particularmente, el sector en el que Matías había trabajado toda su vida: la construcción.

Antes del 2020, Matías era constructor(sigue siendo), con una empresa que lideraba proyectos de obra pública y privada. Desde hacía más de una década, su mundo giraba en torno a planos, materiales, obradores y cascos. Pero con la irrupción del COVID-19 y las restricciones impuestas, se encontró de un día para otro con todas las obras frenadas. La maquinaria se detuvo, los contratos quedaron en pausa y los ingresos se



esfumaron. En vez de quedarse de brazos cruzados, decidió adaptarse.

“Me dije: si no puedo trabajar en las obras, tengo que usar lo que tengo”, cuenta Matías. Y lo que tenía era una red de proveedores de iluminación y materiales eléctricos con quienes venía trabajando hacía años. Con ellos tenía confianza, precios de distribuidor y una relación sólida. Lo que faltaba era un canal para transformar eso en un nuevo negocio.

Así nació UBID, inicialmente como una tienda online modesta hecha en Tienda Nube. Matías se encargó de todo: cargó los productos, redactó las descripciones, armó las primeras campañas en redes sociales, respondió cada mensaje de WhatsApp y fue personalmente a despachar los pedidos. “Durante los primeros meses, cada venta era como una medalla. Era la señal de que algo estaba funcionando”, recuerda.

En ese entonces, el local físico todavía no existía. Todo era manejado desde su casa. Lo que sí existía desde el primer día era una atención personalizada, rápida y humana, algo que hoy se ha convertido en la esencia de la marca. Quien escribía por WhatsApp se encontraba con una respuesta inmediata, amable y experta. Nada de bots, nada de respuestas automáticas.

Esta forma de atención directa hizo que los primeros compradores no solo volvieran a comprar, sino que también recomendaran UBID a otros. El boca a boca empezó a correr, incluso en un contexto donde la competencia en e-commerce era feroz. En un mar de tiendas impersonales, UBID se destacó por tener “nombre y apellido”: el de un emprendedor que ponía el corazón en cada pedido.

La idea original era vender solo productos de iluminación: [lámparas colgantes](#), apliques,



[veladores](#), plafones, focos LED y [lámparas de pie](#). Sin embargo, con el correr de los meses, el crecimiento fue inevitable. Matías notó que los clientes comenzaban a preguntar por otros productos: “¿No vendés también tomas, llaves, cables?”, “¿Tenés estufas eléctricas?”, “¿Hay ventiladores?”. Así fue que lo que comenzó como una tienda boutique de iluminación se fue transformando en una plataforma de equipamiento completo para el hogar.

La decisión de sumar materiales eléctricos fue estratégica. No solo era un rubro con alta demanda, sino que también conectaba con los instaladores y electricistas, clientes frecuentes que necesitaban productos técnicos y confiables. Y gracias a su experiencia en obras, Matías sabía exactamente qué buscaban: calidad, disponibilidad, precio justo y asesoramiento.



Con el paso del tiempo, y a medida que la marca crecía, UBID pasó de ser un proyecto de supervivencia a una empresa con identidad y visión a largo plazo. Así llegó el momento de abrir un local a la calle en General San Martín, donde hoy conviven la tienda física y la operación logística de los pedidos online. El showroom permite que los clientes vean los productos antes de comprarlos, reciban atención técnica personalizada, y puedan retirar sin esperas.

El crecimiento no fue azaroso. Desde el principio, UBID se manejó con una filosofía clara: atención real, productos de calidad y experiencia de compra sin vueltas. Y esa misma filosofía fue la que permitió que el negocio resistiera, escalara y se convirtiera hoy en una de las referencias más sólidas del país en el rubro de iluminación y materiales eléctricos.

Pero UBID no es solo un comercio. Es también un símbolo de cómo una crisis puede ser el motor para crear algo nuevo. “Yo no soñaba con tener una tienda de iluminación. Yo soñaba con seguir adelante. UBID fue la forma en que lo logré”, resume Matías.

Hoy, cuatro años después de aquella decisión tomada en la cocina de su casa, UBID ya no es solo un plan B. Es una marca consolidada, con cientos de productos, envíos a todo el país y un plan de expansión que recién empieza. Y todo esto empezó con un clic. Y con una convicción: cuando todo se apaga, hay que ser luz.

El catálogo que ilumina hogares – productos, servicios y una experiencia de compra real. A medida que UBID crecía, también lo hacía la demanda de los clientes. Lo que comenzó con algunos pocos productos de iluminación, rápidamente se transformó en un catálogo robusto y

en constante evolución, pensado no solo para decorar sino para solucionar necesidades reales en los hogares y negocios argentinos.

Hoy, UBID ofrece una de las selecciones más completas del país en iluminación interior y exterior, con productos que van desde colgantes nórdicos, plafones modernos y apliques de pared, hasta lámparas de pie, tiras LED, spots embutidos y reflectores industriales. También se destacan los veladores de diseño, una categoría muy buscada tanto para dormitorios como para escritorios y oficinas.

Cada producto que llega al catálogo de UBID pasa por una curaduría rigurosa. No se trata simplemente de sumar ítems: se busca que tengan buen diseño, funcionalidad, garantía y un precio competitivo. En ese proceso, la experiencia previa de Matías en construcción vuelve a jugar un papel clave: él conoce de primera mano qué funciona y qué no en una instalación eléctrica o en un ambiente real.

Con el tiempo, y escuchando constantemente las consultas de los clientes, UBID fue incorporando también una línea de materiales eléctricos: llaves, tomacorrientes, cables, tapas, cajas, módulos y adaptadores. Esta incorporación resultó ser un acierto. La mayoría de los clientes que compran iluminación también necesitan al menos un accesorio eléctrico para completar la instalación. Poder ofrecer todo en un solo lugar mejoró la experiencia de compra y fidelizó aún más al público.

Pero UBID no se detuvo ahí. En 2024, la tienda dio un paso estratégico incorporando electrodomésticos, comenzando por una alianza con la reconocida marca Kanji. Hoy, ya es posible encontrar en el sitio desde freidoras de aire y hornos eléctricos hasta estufas, pavas eléctricas, ventiladores y licuadoras. Este nuevo universo de productos convirtió a UBID en una tienda integral de equipamiento para el hogar, y atrajo a un nuevo segmento de clientes interesados en tecnología, confort y diseño.

Además de ampliar el catálogo, UBID empezó a importar productos bajo su propia marca, lo cual fue un paso gigante en términos de posicionamiento. Actualmente ya están en circulación los spots LED, lámparas galponeras de 50W, y próximamente se sumarán tubos LED, lámparas bulbo y cintas LED con marca UBID impresa en los productos y en las cajas. Esto no solo mejora el margen de ganancia, sino que permite a la tienda garantizar mayor stock, control de calidad propio y exclusividad.

Toda esta estructura de productos se apoya en una plataforma sólida: [www.ubid.com.ar](http://www.ubid.com.ar), desarrollada en Tienda Nube, con actualizaciones constantes, imágenes reales, fichas técnicas completas y un proceso de compra simple. La tienda ofrece envíos a todo el país, con seguimiento, y una logística que combina eficiencia y cuidado en el embalaje. Muchos pedidos salen incluso el mismo día en que se hacen.

Uno de los diferenciales más importantes de UBID es su enfoque en la atención al cliente. Lejos

de los sistemas impersonales, la marca decidió apostar a un modelo de atención rápida y directa por WhatsApp, que sigue funcionando hoy como el principal canal de comunicación. A esto se suman las respuestas en Instagram y Facebook, donde también hay atención humana y activa.

En cuanto a las formas de pago, UBID se adapta a las necesidades actuales del mercado: se puede abonar con todas las tarjetas, a través de Mercado Pago, y la tienda ofrece hasta 3 cuotas sin interés en compras desde \$100.000. Además, hay un 5% de descuento por llevar 2 productos o más (sin importar cuáles sean), y un 10% adicional por pago por transferencia bancaria. La tienda emite factura A o B, según necesidad.

Por supuesto, también existe la posibilidad de visitar el local físico en General San Martín, Buenos Aires, donde el cliente puede ver los productos, probarlos, recibir asesoramiento técnico en persona y comprar directamente sin tener que esperar el envío. Este local también cumple la función de base logística para la tienda online.

En un ecosistema digital cada vez más competitivo, UBID logró algo que parece simple pero no lo es: ganarse la confianza de sus compradores. Las reseñas positivas, la recurrencia de clientes y las recomendaciones boca a boca dan cuenta de una marca que no vende productos, sino una experiencia de compra confiable, eficiente y cercana.

Ya no se trata de sobrevivir. UBID está en otra etapa: la de expandir su identidad, consolidar su comunidad y ofrecer cada día más y mejor, sin perder ese espíritu artesanal y humano que la hizo nacer.

Una marca con futuro – expansión digital, redes sociales y proyección nacional

El crecimiento de UBID no fue solo cuestión de sumar productos o abrir un local. Fue, ante todo, una construcción de marca inteligente y consistente. Desde los primeros días, Matías Gemelli entendió que no bastaba con tener buenos productos: había que construir confianza, generar comunidad y estar presente en donde están los clientes. Así fue que UBID desarrolló una estrategia digital integral que hoy es uno de sus pilares más sólidos.

El corazón de la marca sigue siendo su tienda online oficial [www.ubid.com.ar](http://www.ubid.com.ar), desarrollada en la plataforma Tienda Nube. Allí no solo se pueden ver y comprar todos los productos, sino que también se publican notas, promociones, lanzamientos y contenido que educa y acompaña al consumidor. Para los buscadores, es una web optimizada en SEO, con palabras clave estratégicas como iluminación moderna, veladores para dormitorio, lámparas colgantes para cocina o tienda de materiales eléctricos.

Pero UBID entendió que no todo pasa por el sitio web. El ecosistema digital de la marca incluye una presencia activa y dinámica en redes sociales, donde cada canal cumple una función específica:

En Instagram @ubid.iluminacion se publican lanzamientos, sorteos, novedades y contenido visual atractivo. Además, funciona como canal directo de atención al cliente.

En Facebook UBID se responde a consultas, se comparten promociones, y se interactúa con una comunidad muy participativa.

En TikTok @ubidiluminacion se muestran productos, memes de iluminación, comparativas y contenido más relajado y viral.

En YouTube UBID Canal se comparten tutoriales de instalación, guías de compra y reviews.

En Pinterest ubidarg se inspiran ideas de decoración, ambientes y combinaciones con productos UBID.

En Twitter/X @ubid92608287 se difunden novedades, noticias del rubro y notas de prensa.

La atención al cliente en UBID es diferencial. Más allá de los formularios tradicionales, la tienda pone como prioridad responder rápido, con buena onda y conocimiento técnico. Los canales donde se da la mejor atención son Instagram, Facebook y WhatsApp, que están integrados a la tienda para consultas instantáneas, presupuestos personalizados o asesoramiento previo a la compra. En un mundo donde la mayoría automatiza todo, UBID elige el trato humano.

Además de su canal de venta directa, UBID tiene presencia oficial en Mercado Libre, donde ofrece sus productos con la misma seriedad, factura legal (A o B), envíos rápidos y promociones. También se encuentra en alamaula.com.ar, una plataforma de clasificados gratuita donde está desarrollando una tienda oficial con integración directa al catálogo y atención personalizada.

En términos de comunicación, UBID comenzó a trabajar con agencias de marketing digital, invirtiendo en campañas de alto impacto con objetivos de prospección (llegar a públicos nuevos), remarketing (convertir visitantes en compradores) y tráfico hacia su perfil de Instagram.

Y como si todo esto fuera poco, UBID también lanzó campañas de prensa en medios reconocidos como La Voz del Interior, BAE Negocios y Tiempo Noticias, reforzando su presencia institucional y contando su historia como caso de éxito en la nueva generación de pymes digitales argentinas.

El futuro es ambicioso: lanzar su marketplace dentro de alamaula, sumar más marcas de electrodomésticos, expandir el local físico, franquicias y crear un programa de fidelización con beneficios exclusivos para clientes frecuentes.

Hoy, UBID no solo vende productos. Vende estilo, servicio, confianza y transformación. Desde una pequeña tienda digital en pandemia a una plataforma nacional que marca tendencia en iluminación y materiales eléctricos, la historia de UBID es también la historia de un país que no se rinde.

Como dice su slogan no oficial: "Si vas a iluminar, que sea con estilo."

MATIAS GEMELLI

UBID ILUMINACION

+54 91124716586

INFO@UBID.COM.AR

Visit us on social media:

[Instagram](#)

[Facebook](#)

[YouTube](#)

[TikTok](#)

[X](#)

[Other](#)

---

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/816984159>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2025 Newsmatics Inc. All Right Reserved.