

GreyHounders cierra 500.000€ en su tercera ronda de inversión, liderada por Poniente Capital

- GreyHounders, startup acelerada en La Nave, está revolucionando y consolidándose en el sector óptico al contar con una facturación acumulada de un millón de euros, un equipo de doce personas, dos tiendas físicas y otras dos próximas a abrir.

Madrid, 5 de abril de 2022.

GreyHounders, la marca de gafas española que pretende acercar la óptica de calidad a todos los públicos gracias a la tecnología, acaba de cerrar su tercera ronda de inversión por valor de 500.000€, liderada por la firma de inversión Poniente Capital.

La empresa, que desintermedia la cadena de producción del sector óptico para abaratar sus costes principales, consigue ofrecer unas gafas de alta calidad y lentes de fabricación nacional al precio más competitivo del mercado. Diseños exclusivos y tecnología de Realidad Aumentada para probar el producto sin salir de casa son dos de los factores clave de su modelo de negocio.

Con una facturación acumulada de un millón de euros, [GreyHounders](#) no deja de crecer. Tras nacer como *e-commerce* en 2018 y consolidar su modelo de negocio con la ayuda del programa de aceleración de La Nave, cuenta ya con un equipo formado por doce personas, dos tiendas físicas en Madrid y otras dos tiendas en marcha que estarán funcionando en los primeros seis meses de este año.

Con esta nueva ronda de inversión, a la que han acudido inversores del calibre de Gregarious Seeds, entre otros, pretenden conseguir unos hitos muy ambiciosos y estratégicos de cara a su crecimiento. *"El objetivo es aterrizar físicamente en dos nuevas ciudades, triplicar la facturación de 2021 e impulsar nuestra marca para convertirnos en los líderes de la venta online de gafas graduadas en España"*, explica Marta Frenna, cofundadora y CEO en GreyHounders.

Además, abrirán pronto una nueva ronda de inversión mientras siguen cerrando alianzas con expertos del sector. Parece que no pararán hasta conseguir su objetivo: revolucionar el sector óptico y que las personas entiendan que, tal y como defienden en su slogan: "las gafas graduadas no son un artículo de lujo, sino un producto sanitario".