BRUTTO

PASTIFICIO


SALSAS·BRUTTO
PASTA FRESCA·BISTRÓ·TAKE AWAY·

Index

BRANDING & MENU

Main application 06
Secondary application 07
Color system 08
Primary typography 09
Complementary typography 10
Textures 11
Clipboard menu 12
Bifold menu 13
Takeaway menu 14
Digital menu 15

CURRENT PREMISES

Madrid - España 17
Bahía Blanca - Argentina 19

INTERNATIONAL EXPANSION PLAN

My vision 22
What is Brutto 23
International format 24
How I want it to look 26
Gastronomic model 27
Four ways to bill 28
Core investment principle 29
Target investment 30
Brutto Miami 32
Brutto Orlando 33
Brutto Dubai 34
Brutto Europa 35
What I would ask of owners 36
Opportunity Evaluation 37
Initial Opening 38
The Brutto strategy 39
Locations 40
Initial investments 41
Opening budget 42
Recovery scenarios 43
Scope of the investments 44
Basis of the premises 45

COMIDA DE LA NONNA ♥ COMIDA DE VERDAD

BRUTTO

PASTIFICIO



100% ARTESANAL

AMORE BISTRÓ

BRANDING & MENU

BRANDING Y MENÚ

Main application

The primary logo serves as the central expression of Brutto Pastificio's identity. Its typographic design—contemporary and precise—combines solidity and sophistication with a warm, artisanal aesthetic. The composition aims to convey a modern, polished, and recognizable brand, while keeping the name BRUTTO as the focal point.

—

El logotipo principal constituye la expresión central de la identidad de Brutto Pastificio. Su construcción tipográfica, de carácter contemporáneo y preciso, combina solidez y sofisticación con una estética cálida y artesanal. La composición busca transmitir una marca actual, cuidada y reconocible, manteniendo el protagonismo en el nombre BRUTTO.



Secondary application

The circular secondary logo serves as a more iconic and distinctive version of the brand identity. Its seal-like composition integrates elements linked to the world of pasta and the tradition of the *pastificio*, reinforcing the brand's artisanal character.

—

El logotipo secundario circular funciona como una versión más emblemática y distintiva de la identidad. Su composición en formato sello integra elementos vinculados al universo de la pasta y la tradición del pastificio, reforzando el carácter artesanal de la marca.



Color system

BRUTTO’s color system is built upon a clean, balanced foundation, with copper and beige as the primary colors. Camel and black serve as accent colors, adding contrast and depth. This combination should be applied in a balanced and judicious manner to maintain the brand’s visual coherence.

—

El sistema de color de BRUTTO se construye sobre una base limpia y equilibrada, con el cobre y el beige como colores principales. El camel y el negro funcionan como colores de acento, aportando contraste y profundidad.
Su combinación debe aplicarse de manera equilibrada y con criterio, preservando la coherencia visual de la marca.

Copper

HEX
#ac6c55

RGB
172/108/85

CMYK
26/59/62/18

Camel

HEX
#baa998

RGB
186/169/152

CMYK
27/29/39/8

Black

HEX
#000000

RGB
0/0/0

CMYK
91/79/62/97

Beige

HEX
#f7ebd8

RGB
247/235/216

CMYK
4/8/18/0

Primary typography

Roboto Serif and Roboto Sans Serif are the brand's primary typefaces. Serif is used for headlines and featured elements, lending an editorial feel, while Sans Serif is applied to body text and functional information, prioritizing clarity and readability. Both families enable the creation of a coherent typographic hierarchy.

—

Roboto Serif y Roboto Sans Serif son las tipografías principales de la marca. Serif se utiliza en títulos y destacados, aportando carácter editorial, mientras que Sans Serif se aplica en textos e información funcional, priorizando la claridad y legibilidad. Ambas familias permiten construir una jerarquía tipográfica coherente.

Roboto Serif

Aa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipis.

Aa Aa Aa Aa Aa **Aa Aa Aa Aa Aa**
Aa Aa Aa Aa Aa ***Aa Aa Aa Aa Aa***

Roboto San Serif

Aa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipis.

Aa Aa Aa Aa Aa **Aa Aa Aa Aa Aa**
Aa Aa Aa Aa Aa ***Aa Aa Aa Aa Aa***

Complementary typography

Quentin is a complementary handwritten-style typeface intended for personal, expressive communication. Its use is limited to words, short phrases, or informational accents, lending a human, approachable feel. It should not be used for body text or as a primary typeface.

—

Quentin es una tipografía complementaria de estilo manuscrito, destinada a comunicaciones cercanas y expresivas. Su uso es limitado a palabras, frases breves o acentos informativos, aportando un carácter humano y cercano. No debe utilizarse en textos extensos ni como tipografía principal.

Quentin

Aa Bb Cc

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing.

Textures

The brand incorporates textures of copper, Volakas marble, and raw paper to add depth and warmth. Their use should be sparing and subtle, integrating harmoniously into the visual system without compromising cleanliness, contrast, or legibility.

—

La marca incorpora texturas de cobre, mármol Volakas y papel crudo para aportar profundidad y calidez. Su uso debe ser ocasional y sutil, integrándose armónicamente al sistema visual sin afectar la limpieza, el contraste ni la legibilidad.



Clipboard menu

The Clipboard menu combines Brutto's identity with a functional, handcrafted holder, offering an approachable, everyday experience. Its design organizes information clearly, making it quick and convenient to consult while at the venue.

—

El menú Clipboard combina la identidad de Brutto con un soporte funcional y artesanal, ofreciendo una experiencia cercana y cotidiana. Su diseño organiza la información de forma clara y facilita una consulta rápida y cómoda en el local.



Bi-fold menu

The bi-fold menu offers a compact, practical, and easy-to-handle format with a polished presentation. It combines a cover themed around the world of pasta with a clear, well-structured interior layout. It is ideal for settings where it must share space on the table or counter with other items.

—

El menú díptico ofrece un formato compacto, práctico y fácil de manipular, con una presentación cuidada. Combina una portada vinculada al universo de la pasta con un interior claro y jerarquizado. Es ideal para espacios donde debe convivir con otros elementos sobre la mesa o mostrador.



Takeaway menu

The takeaway menu adapts Brutto's identity into an experience designed to be enjoyed at home. Its bi-fold format maintains a clear, organized layout, while the cover—featuring a darker aesthetic—visually distinguishes it from the main menu and reinforces its character.

—

La carta Take Away adapta la identidad de Brutto a una experiencia pensada para disfrutar en casa. Su formato díptico mantiene una presentación clara y ordenada, mientras que su portada, de tratamiento más oscuro, la diferencia visualmente del menú principal y refuerza su carácter.





PASTA FRESCA

POR KILO $16.000

- TAGLIATELLE AL HUEVO
- TALLARIN MEDIANO AL HUEVO CON ESPINACA
- TALLARIN FINO AL HUEVO
- PAPPARDELLE AL HUEVO
- FUSILLI AL HUEVO
- ÑOQUIS DE PAPA
- ÑOQUIS CALABAZA
- ÑOQUIS DE ESPINACA
- ÑOQUIS DE REMOLACHA

PASTA SECA

- GNOCCHETTI SARDI N°31 — PAQUETE DE MEDIO KILO $16.000
- PENNE N°32 — PAQUETE DE MEDIO KILO $10.000
- RIGATONI N°42 — PAQUETE DE MEDIO KILO $11.000
- CONCHIGLIONI N°66 — PAQUETE DE MEDIO KILO $11.500
- PAPPARDELLE NERO DI SEPPIA — PAQUETE DE MEDIO KILO $12.000

PASTA RELLENA

- SORRENTINO DE JAMÓN Y QUESO — Relienos con jamón cocido y quesa mozzarella. POR 14 UNIDADES $23.000
- SORRENTINO DE CALABAZA — Relienos con calabaza, mozzarella, gorganaula y mores. POR 14 UNIDADES $21.000
- SORRENTINO DE 4 QUESOS — Masa al taohilo, carmosano, mozzaralla, gerganaalo y ricota. POR 14 UNIDADES $23.000
- SORRENTINO DE ALBHHACA — Maza de albahaça, mozzarella, fontina, cherry, pesto de temata y albahaca. POR 14 UNIDADES $21.000
- SORRENTINO DE PISTACHOS — Rellanca de mozsarella, pistachos, ricotta y foriens. POR 14 UNIDADES $23.000
- RAVIOLI DE ESPINACA — Masa de espinaca, reiledes de espinaca, mozsarella, nerde y cabella catrda. POR FLANCHA $8.000
- RAVIOLI DE POLLO — Mass di parl aalcra, rallenes de polla asado, reilalace de innen, filarvas y ejc asada. POR PLANCHA $8.000
- RAVIOLI ESPECIALE DE RICOTA — Espinaca y jon de osoido. POR PLANCHA $8.000
- LASAGNA — Maza ai nuero, rellaco de rabu y caabaza, breseedo, ragrinass, coiza de tomato y salsa bechamel graïnada. POR KILO $28.000
- CANELENES ITALIANOS — Masa al huevo, rellenos eon espinaca, ricota y salaa blanca. POR KILO $26.000

Digital menu

The digital menu brings Brutto's identity into the digital realm, offering a fast, convenient experience accessible via smartphone using a QR code. It complements the printed menu and makes browsing and selecting from the culinary offerings easy, thanks to clear, intuitive navigation.

—

El menú digital lleva la identidad de Brutto al entorno digital, ofreciendo una experiencia ágil, cómoda y accesible desde el celular mediante código QR. Complementa la carta impresa y facilita la consulta y elección de la propuesta gastronómica con una navegación clara e intuitiva.



CURRENT PREMISES

LOCALES ACTUALES

BRUTTO PASTIFICIO

Madrid
España




BRUTTO
PASTIFICIO
P116
BRUTTO
PASTIFICIO

BRUTTO PASTIFICIO

Bahía Blanca Argentina




BRUTTO
PASTIFICIO
Pasta Fresca y seca
GNOCCHETTI SARDI N°31
PENNE N°32
RIGATONI N°42
ÑOQUIS DE PAPA
ÑOQUIS CALABAZA
ÑOQUIS DE ESPINACA
ÑOQUIS DE REMOLACHA
Antipasti
BURRATA CON PESTO DE TOMATES
BURRATA CON PESTO GENOVESE
Focaccería
MILAN
ROMA
CAMPERA
Parma
Combos
PLATO DE PASTA FRESCA + GASEOSA
PLATO DE PASTA RELLENA + GASEOSA
FOCACCIA + GASEOSA
RISOTTO + GASEOSA
INSALATA + GASEOSA
EXTRA AGUA
EXTRA CERVEZA
EXTRA AGUA SABORIZADA
EXTRA VINO
PASTA ARTESANAL
BISTRÓ-BISTRÓ
FOCACCERIA-FOCACCERIA
COMBOS-COMBOS
CIAO
FOCACCERIA
Miércoles y Jueves Pastas "Cacio e Pepe"
franui
Coca-Cola

INTERNATIONAL EXPANSION PLAN

GROWTH STRATEGY AND INITIAL OPENINGS

MADRID · EUROPA · MIAMI · ORLANDO · DUBÁI

My vision

My goal isn't to grow BRUTTO by opening massive restaurants or making disproportionate investments right from day one. I want to grow intelligently.

The strategy I'm proposing for BRUTTO is to enter each new market with a format that is small, spectacular, recognizable, and highly efficient—capable of proving our concept works before committing to larger investments.

I don't need a 100-square-meter dining room or 50 tables to introduce BRUTTO to a new city. What I need is an extraordinary location, heavy foot traffic, an unmissable storefront, a spectacular fresh pasta display, and a compact kitchen capable of high output within a small footprint. The logic is simple: FIRST, PROVE THAT BRUTTO WORKS. THEN, GO BIG.

—

Mi objetivo no es hacer crecer BRUTTO abriendo restaurantes enormes ni realizando inversiones desproporcionadas desde el primer día. Quiero crecer de manera inteligente.

La estrategia que planteo para BRUTTO consiste en entrar en cada nuevo mercado con un formato pequeño, espectacular, reconocible y altamente eficiente, capaz de demostrar que nuestra propuesta funciona antes de realizar inversiones mayores.

No necesito 100 metros de salón ni 50 mesas para presentar BRUTTO en una nueva ciudad. Necesito una ubicación extraordinaria, muchísimo movimiento de personas, un frente imposible de ignorar, una vitrina espectacular de pasta fresca y una cocina pequeña capaz de producir mucho con pocos metros. La lógica es simple: PRIMERO DEMOSTRAR QUE BRUTTO FUNCIONA. DESPUÉS HACERLO GRANDE.



What is Brutto

FRESH PASTA · ITALIAN - ARGENTINE KITCHEN
BRUTTO doesn't want to be just another Italian restaurant. Our identity lies precisely in what sets us apart: artisanal fresh pasta, Italian tradition, Argentine culture, and a contemporary perspective.

The heart of BRUTTO is the *pastificio* (pasta workshop). The pasta needs to be visible; I want passersby to instantly understand that we make our own fresh pasta. *Sorrentinos* play a fundamental role in this identity. They are distinctive, recognizable, and visually striking, perfectly representing the meeting of our Italian and Argentine roots.

In markets with an established Argentine or Latin American community, they will be a familiar product. And where they are not yet known, we will have the opportunity to introduce something different from traditional Italian ravioli.

—

FRESH PASTA · ITALIAN - ARGENTINE KITCHEN
BRUTTO no quiere ser simplemente otro restaurante italiano. Nuestra identidad está precisamente en aquello que nos diferencia: pasta fresca artesanal + tradición italiana + cultura argentina + mirada contemporánea.

El corazón de BRUTTO es el pastificio. La pasta tiene que verse. Quiero que alguien que pase frente al local pueda entender en pocos segundos que hacemos nuestra propia pasta fresca. Los sorrentinos tienen un papel fundamental dentro de esta identidad. Son diferentes, reconocibles, muy visuales y representan perfectamente el encuentro entre nuestras raíces italianas y argentinas.

En mercados donde ya existe una importante comunidad argentina o latinoamericana serán un producto familiar. Y donde todavía no sean conocidos, tendremos la oportunidad de presentar algo diferente al ravioli italiano tradicional.



International format

For the initial international openings, I would primarily look for two formats.

—

Para las primeras aperturas internacionales buscaría principalmente dos formatos:

FORMAT A | BRUTTO STREET

A street-level space of approximately 30–50 m², located either directly within prime commercial corridors or within about 100–200 meters of them.

PRIORITIES:

- *Maximum visibility;*
- *Very high foot traffic;*
- *Wide storefront frontage;*
- *Preferably a corner location;*
- *Possibility of showcasing food preparation;*
- *Existing food-service infrastructure;*
- *Minimal dining area;*
- *Strong potential for takeout and delivery.*

I am not interested in secondary locations simply because they are cheaper. I prefer a smaller footprint in a prime location over a larger space on a street where BRUTTO would have to wait for customers to show up.

—

FORMATO A - BRUTTO STREET

Local aproximado de 30–50 m², en planta calle, situado exclusivamente en corredores comerciales extraordinarios o a aproximadamente 100–200 metros de ellos.

Prioridades:

- Máxima visibilidad;
- Muchísimo flujo peatonal;
- Machada amplia;
- Preferentemente esquina;
- Posibilidad de mostrar la elaboración;
- Infraestructura gastronómica existente;
- Mínimo salón;
- Fuerte presencia de take away y delivery.

No me interesan ubicaciones secundarias simplemente porque sean más económicas. Prefiero menos metros en una ubicación extraordinaria que muchos metros en una calle donde BRUTTO tenga que esperar que aparezca el cliente.

International format

For the initial international openings, I would primarily look for two formats.

—

Para las primeras aperturas internacionales buscaría principalmente dos formatos:

FORMAT B | BRUTTO FOOD HALL / MALL

An approximate space of 20–35 m², utilizing the shopping center's shared amenities - such as seating areas, restrooms, climate control, security, parking, and general services.

In this format, virtually the entire footprint is dedicated to operations: kitchen, production, display case, service counter, and sales.

This model enables entry into specific international markets with a significantly lower investment and access to established foot traffic from day one.

—

FORMATO B - BRUTTO FOOD HALL / MALL

Espacio aproximado de 20–35 m², aprovechando las mesas, baños, climatización, seguridad, estacionamiento y servicios comunes del centro comercial.

En este formato prácticamente toda nuestra superficie estaría destinada a: Cocina + producción + vitrina + mostrador + venta.

Este modelo puede permitirnos entrar en determinados mercados internacionales con una inversión significativamente menor y con un tráfico de público ya existente desde el primer día.

How I want it to look

BRUTTO must be instantly recognizable. Light colors, white, copper, marble, warm lighting, and abundant natural light. The product must be an integral part of the architecture.

I want a large display case where *sorrentinos* and fresh pasta are visible - and, space permitting, part of the production process as well.

The storefront must communicate the following immediately: BRUTTO PASTIFICIO - FRESH PASTA MADE HERE: ITALIAN - ARGENTINE KITCHEN

I prefer to invest in what the customer actually perceives - facade, lighting, counter, product, packaging, and identity - rather than spending a fortune on unnecessary square footage.

—

BRUTTO tiene que ser reconocible inmediatamente. Colores claros, blanco, cobre, mármol, iluminación cálida y muchísima luz. El producto debe formar parte de la arquitectura.

Quiero una gran vitrina donde puedan verse sorrentinos y pasta fresca y, siempre que el espacio lo permita, parte del proceso de elaboración.

El frente debe comunicar inmediatamente: BRUTTO PASTIFICIO - FRESH PASTA MADE HERE: ITALIAN - ARGENTINE KITCHEN

Prefiero invertir en aquello que el cliente realmente percibe - fachada, iluminación, mostrador, producto, packaging e identidad - antes que gastar una fortuna en metros innecesarios.



Gastronomic model

I don’t want a 50-dish menu. BRUTTO’s initial international menu needs to be concise, outstandingly good, and simple to execute. I would work with roughly: 4–5 pasta varieties + *sorrentinos* + 4 sauces + focaccia/pinsa + a few *antipasti* + 2 desserts. Depending on the market, we can simplify the system even further: PASTA – SAUCE – TOPPING. The customer needs to grasp the product quickly and receive it within minutes. Some concepts that are easily communicated internationally:

- Handmade Sorrentinos
- Truffle Carbonara
- Beef Ragù
- Pesto Genovese
- Pomodoro & Parmigiano

A small menu also means: greater speed + better control + less waste + lower inventory + reduced operational complexity + greater consistency.

—

No quiero una carta de 50 platos. La carta internacional inicial de BRUTTO tiene que ser corta, extraordinariamente buena y sencilla de ejecutar. Trabajaría aproximadamente con: 4 - 5 pastas + sorrentinos + 4 salsas + focaccia/pinsa + pocos antipasti + 2 postres.
Dependiendo del mercado, podemos simplificar todavía más el sistema: PASTA - SALSA - TOPPING
El cliente debe comprender rápidamente el producto y recibirlo en pocos minutos. Algunos conceptos fácilmente comunicables internacionalmente:

- Handmade Sorrentinos
- Truffle Carbonara
- Beef Ragù
- Pesto Genovese
- Pomodoro & Parmigiano

Una carta pequeña significa también: mayor velocidad + mayor control + menor desperdicio + menos stock + menor complejidad operativa + mayor consistencia.



Four ways to bill from just a few meters away

A small BRUTTO location doesn't necessarily mean low revenue. I want to leverage each site to create multiple channels: immediate consumption, takeaway, delivery, and refrigerated retail.

The display case will also allow for the sale of:

- Fresh pasta;
- Sorrentinos;
- BRUTTO sauces;
- Refrigerated products for finishing at home.

This transforms the space into a restaurant, takeaway spot, delivery hub, and small-scale retail pasta shop all at once.

—

Un BRUTTO pequeño no significa necesariamente una facturación pequeña. Quiero aprovechar cada local para generar diferentes canales: Consumo inmediato + Take Away + Delivery + Retail refrigerado.

La vitrina permitirá vender también:

- Pasta fresca;
- Sorrentinos;
- Salsas BRUTTO;
- Productos refrigerados para terminar en casa.

Esto convierte al local simultáneamente en restaurante, take away, punto de delivery y pequeño pastificio minorista.

Core investment principle

There is one thing I consider practically non-negotiable for our initial international openings: I DO NOT WANT TO BUILD A RESTAURANT FROM SCRATCH IF WE CAN AVOID IT. My priority would be to look for former cafés, pizzerias, restaurants, takeout spots, dark kitchens, food court spaces, or any premises that previously housed a food-service operation.

I want to reuse as much as possible: electrical wiring and power capacity, plumbing, drainage, ventilation systems, refrigeration, kitchen equipment, restrooms, and general infrastructure. Every dollar or euro we save on what goes on behind the walls can be used to make BRUTTO even more spectacular for the customer.

—

Hay algo que considero prácticamente innegociable para las primeras aperturas internacionales: NO QUIERO CONSTRUIR UN RESTAURANTE DESDE CERO SI PODEMOS EVITARLO. Buscaría prioritariamente antiguos: cafés, pizzerías, restaurantes, take away, dark kitchens, espacios de food court o cualquier local donde anteriormente haya existido actividad gastronómica.

Quiero reutilizar todo lo posible: electricidad, potencia, agua, desagües, extracción, frío, cocina, baños e instalaciones. Cada dólar o euro que podamos evitar gastar detrás de una pared puede utilizarse para hacer BRUTTO más espectacular delante del cliente.



Target investment

For an initial international BRUTTO location, I would use an investment range of approximately US$80,000–100,000 as a benchmark. The goal is to stay as close to the lower end of that range as possible while retaining cash reserves for the first few months of operation.

A rough breakdown would be:

- Company setup, licenses, permits, and consulting: US$8–12k
- Premises deposit and initial payment: US$12–18k
- Renovation / fit-out: US$15–20k
- Kitchen and refrigeration: US$12–15k
- Pasta-making machinery: US$7–10k
- Counter, storefront, and BRUTTO branding: US$7–10k
- POS system, utensils, packaging, and inventory: US$4–6k
- Opening and marketing: US$2–3k
- Estimated range: US$67–94k

This budget is only feasible if the right space is selected. A completely empty unit requiring a full conversion into a restaurant could derail this investment model.

—

Para un primer BRUTTO internacional mantendría como referencia una inversión aproximada de: US$80.000–100.000. Intentando estar siempre lo más cerca posible del extremo inferior y conservando caja para los primeros meses de operación.

Una distribución orientativa sería:

- Empresa, licencias, permisos y asesoramiento: US$8–12k
- Depósito y entrada del local: US$12–18k
- Adaptación / obra: US$15–20k
- Cocina y frío: US$12–15k
- Maquinaria para pasta: US$7–10k
- Mostrador, fachada e imagen BRUTTO: US$7–10k
- POS, utensilios, packaging y stock: US$4–6k
- Apertura y marketing: US$2–3k

Rango estimado: US$67–94k

Este presupuesto solamente será posible si elegimos correctamente el espacio. Un local completamente vacío que requiera convertirlo desde cero en restaurante puede destruir esta lógica de inversión.





Inspired by the Italian - Argentine tradition and the figure of the *nonna*, Brutto reinterprets the classics through a contemporary lens, championing the human element behind the production.

Brutto Miami - South Beach

PRIORITY: LINCOLN ROAD
If BRUTTO were to enter the Miami market, my first target area would be South Beach - specifically Lincoln Road or its immediate vicinity. Miami offers an extraordinary advantage for our brand identity. The blend of Italian, Argentine, Latin American, and US influences - combined with the area's tourism - ensures that the BRUTTO story would be perfectly understood.
Handmade fresh pasta + Italian roots + Argentine culture + Miami. I would look for a space of approximately 30–50 m², preferably one that has previously housed a food-service business.
I would not automatically accept the first lease offer. I would negotiate the security deposit, rent-free periods, landlord contributions, existing infrastructure, and move-in terms.
I would also research specific opportunities around Lincoln Road and compare a location on the corridor itself against nearby spaces and food hall concepts.
The decision would not be based solely on the address. It would be based on: + visibility + infrastructure + rent + initial investment + foot traffic + contract terms.

PRIORIDAD: LINCOLN ROAD
Si BRUTTO entra en Miami, mi primera búsqueda sería South Beach y concretamente Lincoln Road o su entorno inmediato.
Miami tiene una ventaja extraordinaria para nuestra identidad.
La combinación italiana, argentina, latinoamericana, estadounidense y turística hace que la historia de BRUTTO pueda entenderse perfectamente.
Pasta fresca artesanal + raíces italianas + cultura argentina + Miami.
Buscaría un local aproximadamente de 30–50 m², preferentemente con uso gastronómico anterior. No aceptaría automáticamente el primer alquiler ofrecido. Negociaría depósito, meses de gracia, aportaciones del propietario, infraestructura existente y condiciones de entrada. También investigaría oportunidades gastronómicas concretas alrededor de Lincoln Road y compararía un director local sobre el corredor con espacios próximos y formatos de food hall.
La decisión no se tomaría únicamente por dirección. Se tomaría por: + visibilidad + infraestructura + alquiler + inversión inicial tráfico + condiciones contractuales.

Brutto Orlando

For Orlando, I would partially adjust the strategy. My priority would be to capitalize on the massive volume of tourists and shoppers found in malls, outlet centers, and entertainment complexes. What I want: LOTS AND LOTS OF PEOPLE. A BRUTTO unit of approximately 20–35 m², featuring communal tables and with virtually the entire space dedicated to the kitchen and service counter.

ORDER OF PRIORITY

1. The Florida Mall: My top choice. It offers exactly the kind of setting I would look for to test the BRUTTO concept in Orlando: heavy foot traffic, a mix of local residents and domestic/international tourists, and an established dining infrastructure.
2. Universal CityWalk: Exceptional in terms of visibility and international tourism. I would evaluate this immediately, though I would only move forward if the financial terms allowed us to maintain our controlled investment strategy.
3. Orlando International Premium Outlets: Highly attractive due to its location, tourism appeal, and commercial activity. It would work perfectly with a "BRUTTO Pastificio – Fresh Pasta to Go" format.
4. Orlando Vineland Premium Outlets: Particularly interesting given its connection to the Disney/Lake Buena Vista tourism corridor and its more upscale profile.
5. The Mall at Millenia: Likely the location where BRUTTO would fit in best aesthetically. I consider it especially valuable for brand positioning, though for an initial trial, I would prioritize foot traffic and financial terms.

—

En Orlando cambiaría parcialmente la estrategia. Mi prioridad sería aprovechar el gigantesco movimiento turístico y comercial existente dentro de malls, outlets y complejos de entretenimiento. Quiero:

MUCHA, MUCHA, MUCHA GENTE. Un BRUTTO de aproximadamente 20–35 m², con mesas comunes y prácticamente todo el espacio destinado a cocina y mostrador.

ORDEN DE PRIORIDAD

1. The Florida Mall: Mi primera opción. Es exactamente el formato que buscaría para comprobar BRUTTO en Orlando: muchísimo tráfico, residentes, turismo nacional e internacional y una infraestructura gastronómica ya consolidada.
2. Universal CityWalk: Extraordinario por exposición y turismo internacional. Lo estudiaría inmediatamente, aunque únicamente avanzaría si las condiciones económicas permiten mantener nuestra estrategia de inversión controlada.
3. Orlando International Premium Outlets: Muy interesante por ubicación, turismo y movimiento comercial. Puede funcionar perfectamente con un formato: BRUTTO PASTIFICIO - FRESH PASTA TO GO
4. Orlando Vineland Premium Outlets: Especialmente interesante por su conexión con el corredor turístico de Disney/Lake Buena Vista y su perfil más premium.
5. The Mall at Millenia: Probablemente uno de los espacios donde mejor encajaría estéticamente BRUTTO. Lo considero especialmente interesante para posicionamiento de marca, aunque para una primera prueba priorizaría tráfico y condiciones económicas.

Brutto Dubai

I have a clear decision regarding Dubai: the first BRUTTO should be located in a mall food court. I wouldn't start with a large restaurant, a terrace, or a major standalone dining area. Malls already provide foot traffic, air conditioning, parking, security, restrooms, and common areas, allowing us to focus entirely on BRUTTO. I would look for a space of approximately 20–30 m².

INITIAL SEARCH LIST

1. Circle Mall - JVC: I am particularly interested in this location due to its residential surroundings. It offers the potential to build a loyal customer base and a delivery business without relying solely on tourism.
2. City Centre Mirdif: Very interesting due to its established, family-oriented, and residential nature. The BRUTTO product could resonate particularly well with this demographic.
3. Arabian Center - Al Mizhar: Another option I would seriously consider, given its family-friendly profile and the potential balance between foot traffic and costs.
4. Ibn Battuta Mall: An established mall where I would evaluate any small food court space that becomes available under favorable terms.
5. Dubai Festival City Mall: Likely one of the most attractive options for BRUTTO's brand image and positioning, though I would need to carefully verify whether the required investment fits our initial budget.

I would also explore opportunities at City Centre Deira and Mercato Shopping Mall. Initially, I would not prioritize Dubai Mall or Mall of the Emirates. I don't need to prove that BRUTTO can spend a fortune; I need to prove that BRUTTO can succeed in Dubai.

—

En Dubái tengo una decisión bastante clara: el primer BRUTTO debería estar dentro del patio de comidas de un mall. No empezaría con restaurante grande, terraza ni un salón propio importante. Los malls ya nos proporcionan flujo, aire acondicionado, estacionamiento, seguridad, baños y zonas comunes. Nosotros podemos concentrarnos en BRUTTO. Buscaría aproximadamente 20–30 m².

ORDEN INICIAL DE BÚSQUEDA

1. Circle Mall - JVC: Me interesa especialmente por su entorno residencial. Puede permitir construir recurrencia y delivery, sin depender exclusivamente del turismo.
2. City Centre Mirdif: Muy interesante por su carácter consolidado, familiar y residencial. El producto BRUTTO puede encajar especialmente bien con este público.
3. Arabian Center - Al Mizhar: Otra opción que estudiaría seriamente por su perfil familiar y potencial relación entre tráfico y coste.
4. Ibn Battuta Mall: Mall consolidado donde analizaría cualquier espacio pequeño de food court que aparezca con buenas condiciones.
5. Dubai Festival City Mall: Probablemente uno de los más interesantes para imagen y posicionamiento de BRUTTO, aunque habría que comprobar cuidadosamente si la inversión necesaria es compatible con nuestro presupuesto inicial.

También consultaría oportunidades en City Centre Deira y Mercato Shopping Mall. Inicialmente no priorizaría Dubai Mall ni Mall of the Emirates. No necesito demostrar que BRUTTO puede gastar una fortuna. Necesito demostrar que BRUTTO puede funcionar en Dubái.

Brutto Europa

ESTRATEGIA DE UBICACIÓN
En Europa aplicaría principalmente el formato BRUTTO STREET. Locales de aproximadamente 30–50 m², planta calle y exclusivamente dentro de corredores de enorme tráfico comercial, turístico o peatonal.

MADRID - ESPAÑA: Gran Vía, Plaza del Callao, Calle de Preciados, Puerta del Sol, Calle Mayor, Mercado de San Miguel.
ATENAS - GRECIA: Ermou Street, Syntagma Square, Monastiraki Square, Adrianou Street, Plaka.
BUDAPEST - HUNGRÍA: Deák Ferenc tér, Deák Ferenc utca / Fashion Street, Váci utca, Vörösmarty tér, Szent István tér / St. Stephen’s Basilica.
SPLIT - CROACIA: Riva Promenade, Marmontova ulica, Diocletian’s Palace, Narodni trg / Pjaca, Peristyle / Peristil
ÁMSTERDAM - PAÍSES BAJOS: Dam Square, Kalverstraat, Spui, Nieuwendijk, Damrak, Leidseplein
LONDRES - REINO UNIDO: Covent Garden, Seven Dials, James Street, Long Acre, Leicester Square, Soho.
MÚNICH - ALEMANIA: Marienplatz, Kaufingerstraße, Neuhauser Straße, Karlsplatz / Stachus. BERLÍN - ALEMANIA: Hackescher Markt, Rosenthaler Straße, Neue Schönhauser Straße, Alexanderplatz.
BRUSELAS - BÉLGICA: Grand-Place, Rue des Bouchers, Boulevard Anspach, Rue Neuve, Place de la Bourse.

CRITERIO DE BÚSQUEDA
Busco un local comercial de 30–50 m² para BRUTTO Pastificio, destinado a restauración y pasta fresca, en planta calle, con máxima visibilidad y flujo peatonal, preferentemente esquina o fachada amplia.
Únicamente me interesan locales situados directamente en estos corredores comerciales o a un máximo aproximado de 100–200 metros. No busco zonas secundarias aunque el alquiler sea inferior.

—

LOCATION STRATEGY: In Europe, the "BRUTTO STREET" format would primarily be applied. Premises of approximately 30–50 m² at street level, located exclusively within corridors with heavy commercial, tourist, or pedestrian traffic.
MADRID - SPAIN: Gran Vía, Plaza del Callao, Calle de Preciados, Puerta del Sol, Calle Mayor, Mercado de San Miguel. ATHENS - GREECE: Ermou Street, Syntagma Square, Monastiraki Square, Adrianou Street, Plaka.
BUDAPEST - HUNGARY: Deák Ferenc tér, Deák Ferenc utca / Fashion Street, Váci utca, Vörösmarty tér, Szent István tér / St. Stephen’s Basilica.
SPLIT - CROATIA: Riva Promenade, Marmontova ulica, Diocletian’s Palace, Narodni trg / Pjaca, Peristyle / Peristil. AMSTERDAM - NETHERLANDS: Dam Square, Kalverstraat, Spui, Nieuwendijk, Damrak, Leidseplein. LONDON - UNITED KINGDOM: Covent Garden, Seven Dials, James Street, Long Acre, Leicester Square, Soho. MUNICH - GERMANY: Marienplatz, Kaufingerstraße, Neuhauser Straße, Karlsplatz / Stachus.
BERLIN - GERMANY: Hackescher Markt, Rosenthaler Straße, Neue Schönhauser Straße, Alexanderplatz. BRUSSELS - BELGIUM: Grand - Place, Rue des Bouchers, Boulevard Anspach, Rue Neuve, Place de la Bourse.
SEARCH CRITERIA: I am looking for a 30–50 m² commercial space for BRUTTO Pastificio—intended for a restaurant serving fresh pasta - located at street level with maximum visibility and pedestrian traffic; a corner unit or a space with a wide frontage is preferred. I am only interested in premises located directly within these commercial corridors or within a maximum distance of approximately 100–200 meters. I am not looking for secondary locations, even if the rent is lower.

What I would ask of owners

I want to submit the exact same "raw" dossier and request comparable information. We need to know: available floor area; exact location; frontage; annual rent; security deposit; guarantees; common area charges/service charges; percentage of sales (if applicable); minimum lease term; rent-free fit-out period; landlord's contribution to fit-out (if any); existing extraction system; electrical capacity; water and drainage; HVAC/cooling; gas (where applicable); storage space; mandatory operating hours; delivery conditions; exclusivity regarding food offerings; and the possibility of retail sales of fresh pasta and sauces.
Only after having this data would I place the proposals side by side for comparison.

—

Quiero presentar exactamente el mismo dossier BRUTTO y solicitar información comparable. Necesitamos conocer: Superficie disponible; ubicación exacta; fachada; alquiler anual; depósito; garantías; gastos comunes; service charges; porcentaje sobre ventas, si existe; duración mínima del contrato; período gratuito para fit-out; contribución del propietario al fit-out, si existe; extracción existente; potencia eléctrica; agua y desagües; frío; gas, cuando corresponda; almacenamiento; horarios obligatorios; condiciones de delivery; exclusividades gastronómicas; posibilidad de venta retail de pasta fresca y salsas.
Solo después de tener estos datos pondría las propuestas una al lado de la otra.



Opportunity evaluation

I wouldn't choose a city simply because the rent is cheap. Nor would I automatically opt for the most prestigious mall or street. Each opportunity must be analyzed using the same criteria:

- Foot traffic: How many people actually pass by the premises?
- Visibility: Is the BRUTTO location visible? Is there sufficient frontage?
- Customer profile: Tourists, residents, office workers, families, international clientele
- Actual rent: Including common area maintenance (CAM), service charges, and any percentage-of-sales fees
- Existing infrastructure: Ventilation/extraction, electricity, water, refrigeration, kitchen facilities, and other installations
- Required investment: What is the actual cost to open?
- Potential average ticket: Delivery, retail sales
- Operating hours and days
- Contract duration and flexibility
- Grace period for fit-out/construction
- Deposit and guarantees
- Repeat business potential

The best location won't necessarily be the most famous one. It will be the one that offers the best combination of: TRAFFIC + VISIBILITY + CUSTOMER BASE + POTENTIAL REVENUE + INVESTMENT + RENT.

—

No elegiría una ciudad simplemente porque el alquiler sea barato.
Tampoco elegiría automáticamente el mall o la calle más prestigiosa.
Cada oportunidad debe analizarse con los mismos criterios:

- Flujo peatonal: ¿Cuántas personas realmente pasan frente al local?
- Visibilidad: ¿BRUTTO se ve? ¿Tenemos fachada suficiente?
- Perfil del público: Turista, residente, oficinas, familias, público internacional
- Alquiler real: Incluyendo gastos comunes, service charges y cualquier porcentaje sobre ventas
- Infraestructura existente: Extracción, electricidad, agua, frío, cocina y demás instalaciones
- Inversión necesaria: ¿Cuánto cuesta realmente abrir?
- Ticket medio posible: Delivery, Venta retail
- Horarios y días de actividad
- Duración y flexibilidad contractual
- Período de gracia para obra
- Depósito y garantías
- Potencial de repetición

La mejor ubicación no será necesariamente la más famosa.
Será aquella que produzca la mejor combinación entre:
TRÁFICO + VISIBILIDAD + CLIENTE + FACTURACIÓN POTENCIAL + INVERSIÓN + ALQUILER.

Initial opening

The first BRUTTO in a city has an additional mission: to provide us with real data. I want to know: our total revenue, average check size, daily customer count, which pasta performs best, which *sorrentino* sells the most, the share of delivery versus take-away, the volume of refrigerated product sales, and which operating hours are truly profitable.
I don’t want to invest $300,000, $400,000, or $500,000 just to find out the answers. I want to discover them with a small, beautiful, and efficient BRUTTO. Then we’ll have real data. And only then can we decide if that city warrants a second, larger BRUTTO.

El primer BRUTTO de una ciudad tiene una misión adicional: darnos información real. Quiero saber: cuánto facturamos, cuál es nuestro ticket medio, cuántos clientes tenemos diariamente, qué pasta funciona mejor, qué sorrentino vende más, cuánto representa el delivery, cuánto representa el take away, cuánto producto refrigerado vendemos y qué horarios son realmente rentables.
No quiero invertir US$300.000, US$400.000 o US$500.000 para descubrir estas respuestas. Quiero descubrirlas con un BRUTTO pequeño, hermoso y eficiente. Después tendremos datos reales. Y entonces sí podremos decidir si esa ciudad merece un segundo BRUTTO más grande.

The Brutto strategy

BRUTTO's international expansion shouldn't be about opening locations just for the sake of it. I want to build an international brand while retaining control over capital. Start small. Choose extraordinary locations. Repurpose infrastructure. Keep the menu concise. Make the fresh pasta visible. Turn *sorrentinos* into a signature product. Generate multiple revenue streams from a small footprint. Measure absolutely everything. Preserve cash. Scale only after proving profitability.

BRUTTO doesn't need to be huge to attract attention. It needs to be impossible to ignore.

FIRST, PROVE THAT BRUTTO WORKS.

THEN, MAKE IT BIG.

La expansión internacional de BRUTTO no debería basarse en abrir por abrir. Quiero construir una marca internacional manteniendo control sobre el capital. Entrar pequeño. Elegir ubicaciones extraordinarias. Reutilizar infraestructura. Mantener una carta corta. Hacer visible la pasta fresca. Convertir los sorrentinos en un producto insignia. Generar varias fuentes de facturación desde pocos metros. Medir absolutamente todo. Conservar caja. Escalar solamente después de demostrar rentabilidad. BRUTTO no necesita ser enorme para llamar la atención. Necesita ser imposible de ignorar. PRIMERO DEMOSTRAR QUE BRUTTO FUNCIONA. DESPUÉS HACERLO GRANDE.



Locations

MADRID, SPAIN: Gran Vía, Madrid; Plaza del Callao, Madrid; Calle de Preciados, Madrid; Puerta del Sol, Madrid; Calle Mayor, Madrid; Mercado de San Miguel, Madrid.
ATHENS, GREECE: Ermou Street, Athens; Syntagma Square, Athens; Monastiraki Square, Athens; Adrianou Street, Athens; Plaka, Athens.
BUDAPEST, HUNGARY: Deák Ferenc tér, Budapest; Deák Ferenc utca / Fashion Street, Budapest; Váci utca, Budapest; Vörösmarty tér, Budapest; St. Stephen's Basilica / Szent István tér, Budapest.
SPLIT, CROATIA: Riva Promenade, Split; Marmontova ulica, Split; Diocletian's Palace, Split; Narodni trg / Pjaca, Split; Peristyle / Peristil, Split.
AMSTERDAM, NETHERLANDS: Dam Square, Amsterdam; Kalverstraat, Amsterdam; Spui, Amsterdam; Nieuwendijk, Amsterdam; Damrak, Amsterdam; Leidseplein, Amsterdam.
LONDON, UNITED KINGDOM: Covent Garden, London; Seven Dials, London; James Street, Covent Garden, London; Long Acre, Covent Garden, London; Leicester Square, London; Soho, London.
MUNICH, GERMANY: Marienplatz, Munich; Kaufingerstraße, Munich; Neuhauser Straße, Munich; Karlsplatz / Stachus, Munich.
BERLIN, GERMANY: Hackescher Markt, Berlin; Rosenthaler Straße, Berlin; Neue Schönhauser Straße, Berlin; Alexanderplatz, Berlin.
BRUSSELS, BELGIUM: Grand-Place, Brussels; Rue des Bouchers, Brussels; Boulevard Anspach, Brussels; Rue Neuve, Brussels; Place de la Bourse, Brussels.
I am looking for a commercial space of 30–50 m² for BRUTTO Pastificio, intended for a restaurant/fresh pasta shop, located at street level with maximum visibility and high foot traffic; preferably a corner unit or a space with a wide frontage. I am only interested in premises located on these streets or within approximately 100–200 meters of these commercial corridors.
I am not looking for secondary locations, even if the rent is lower.

—

MADRID, ESPAÑA: Gran Vía, Madrid: Plaza del Callao, Madrid, Calle de Preciados, Madrid, Puerta del Sol, Madrid, Calle Mayor, Madrid, Mercado de San Miguel, Madrid.
ATENAS, GRECIA: Ermou Street, Athens,, Syntagma Square, Athens Monastiraki Square, Athens, Adrianou Street, Athens, Plaka, Athens.
BUDAPEST, HUNGRÍA: Deák Ferenc tér, Budapest, Deák Ferenc utca /, Fashion Street, Budapest, Váci utca, Budapest, Vörösmarty tér, Budapest, St. Stephen's Basilica / Szent István tér, Budapest.
SPLIT, CROACIA: Riva Promenade, Split, Marmontova ulica, Split, Diocletian's Palace, Split, Narodni trg / Pjaca, Split, Peristyle / Peristil, Split
AMSTERDAM, PAÍSES BAJOS: Dam Square, Amsterdam Kalverstraat, Amsterdam, Spui, Amsterdam, Nieuwendijk, Amsterdam, Damrak, Amsterdam, Leidseplein, Amsterdam.
LONDRES, REINO UNIDO: Covent Garden, London, Seven Dials, London James Street, Covent Garden, London, Long Acre, Covent Garden, London, Leicester Square, London, Soho, London.
MÚNICH, ALEMANIA: Marienplatz, Munich, Kaufingerstraße, Munich, Neuhauser Straße, Munich, Karlsplatz / Stachus, Munich.
BERLÍN, ALEMANIA: Hackescher Markt, Berlin, Rosenthaler Straße, Berlin, Neue Schönhauser Straße, Berlin, Alexanderplatz, Berlin
BRUSELAS, BÉLGICA: Grand-Place, Brussels, Rue des Bouchers, Brussels, Boulevard Anspach, Brussels, Rue Neuve, Brussels, Place de la Bourse, Brussels.
Busco un local comercial de 30–50 m² para BRUTTO Pastificio, destinado a restauración/pasta fresca, en planta calle, con máxima visibilidad y flujo peatonal, preferentemente esquina o fachada amplia.
Únicamente me interesan locales situados en estas calles o a un máximo aproximado de 100–200 metros de estos corredores comerciales.
No busco zonas secundarias aunque el alquiler sea inferior.

Initial investment

Estimated economic structure for setting up a BRUTTO location. The figures from the base document are retained, with the only update being the cost of the specific pasta machinery and extruder to USD 13,000.

—

Estructura económica estimada para la implantación de un local BRUTTO. Se mantienen las cifras del documento base y únicamente se actualiza la maquinaria específica para pastas y extrusora a USD 13.000.

EQUIPAMIENTO BASE | STANDARD EQUIPMENT

USD 47.000

PASTA + EXTRUSORA | PASTA + EXTRUDER

USD 13.000

CANON | CANON

USD 15.000

Opening budget

PREMISES FIT-OUT, CIVIL WORKS, BRANDING / VISUAL IDENTITY, AND BASIC EQUIPMENT — **47.000**

Adecuación del local, obra civil, imagen y equipamiento base

SPECIFIC MACHINERY FOR PASTA · EXTRUDER — **13.000**

Maquinaria específica para pastas · extrusora

BRAND ENTRY FEE — **15.000**

Canon de ingreso a la marca

ESTIMATED INITIAL INVESTMENT — **75.000**

INVERSIÓN INICIAL ESTIMADA

MONTHLY FEE - FEE MENSUAL

4% Brand royalty

5% OVERSALES

1% promotion and marketing fund

Recovery scenarios

CONSERVATIVE Conservador	**24 - 30 MONTHS** 24 - 30 MESES	**Lower sales volume and/or a heavier operating structure.** Menor nivel de ventas y/o estructura operativa más pesada.
REALISTIC / OBJECTIVE Realista / Objetivo	**24 - 30 MONTHS** 18 - 24 MESES	**Reference scenario for a stabilized operation.** Escenario de referencia para una operación estabilizada.
VERY GOOD PERFORMANCE Muy buen desempeño	**14 - 18 MONTHS** 14 - 18 MESES	**Strong sales and good cost and operational control.** Ventas fuertes y buen control de costos y operación.

Initial business benchmark: estimated payback period of 18 to 24 months on an initial investment of approximately USD 75,000.

BASIS OF THE ANALYSIS

The scenarios are constructed using the actual cash flow of the first location as a reference, while accounting for the full cost of goods—including Pastas Leo products—the 5% monthly fee, restocking and contingencies, and the standardization of the operational structure for a future franchise.

—

Referencia comercial inicial: recupero objetivo estimado de 18 a 24 meses sobre una inversión inicial aproximada de USD 75.000.

BASE DEL ANÁLISIS

Los escenarios se construyen tomando como referencia el cashflow real del primer local y considerando el costo completo de mercadería -incluido Pastas Leo-, el fee mensual del 5%, reposiciones e imprevistos y la normalización de la estructura operativa para una futura franquicia.

Scope of the investment

The following breakdown details the operational scope of the line items without altering the amounts defined in the opening budget.

El desglose siguiente desarrolla el alcance operativo de las partidas sin alterar los importes definidos en el presupuesto de apertura.

1. PREMISES FIT-OUT AND CIVIL WORKS
   ADECUACIÓN DEL LOCAL Y OBRA CIVIL:
   General space adaptation, finishes, electrical, plumbing, technical lighting, installations required for the kitchen and production areas, painting, and necessary adjustments for opening.
   Adaptación general del espacio, terminaciones, electricidad, fontanería, iluminación técnica, instalaciones requeridas por cocina y producción, pintura y adecuaciones necesarias para la puesta en funcionamiento.
2. KITCHEN AND REFRIGERATION
   COCINA Y FRÍO
   Professional cooking equipment suited to the premises' format; oven; extraction systems where applicable; stainless steel counters and sinks; refrigeration, freezing, cold storage, and small auxiliary equipment.
   Equipamiento profesional de cocción según el formato del local; horno; extracción cuando corresponda; mesadas y bachas de acero inoxidable; refrigeración, congelación, almacenamiento refrigerado y pequeños equipos auxiliares.
3. FURNITURE, COUNTER, AND BRUTTO BRANDING
   MOBILIARIO, MOSTRADOR E IMAGEN BRUTTO
   Service and/or display counter, operational furniture, ambient lighting, storefront/facade, signage, wayfinding, and visual identity application in accordance with BRUTTO guidelines.
   Mostrador de atención y/o exhibición, mobiliario operativo, iluminación ambiental, fachada, cartelería, señalética y aplicación de identidad visual conforme a los lineamientos de BRUTTO.
4. OPERATIONS, POS, UTENSILS, AND PACKAGING
   OPERACIÓN, POS, UTENSILIOS Y PACKAGING
   Point-of-sale system and peripherals; kitchenware and utensils for production and service; containers, trays, service items; packaging, labels, consumables, and basic materials for the opening.
   Sistema de punto de venta y periféricos; menaje y utensilios de producción y despacho; recipientes, bandejas, elementos de servicio; packaging, etiquetas, consumibles y materiales básicos para la apertura.
5. SPECIALIZED PASTA MACHINERY · USD 13,000
   MAQUINARIA ESPECÍFICA PARA PASTAS · USD 13.000
   Specific line item for the BRUTTO production system: professional extruder, machinery for fresh pasta production, accessories, dies or molds required for the defined pasta shapes, and complementary production equipment.
   Partida específica para el sistema productivo BRUTTO: extrusora profesional, maquinaria destinada a la elaboración de pasta fresca, accesorios, matrices o moldes requeridos por los formatos definidos y elementos complementarios de producción.
6. BRAND ENTRY FEE · USD 15,000
   CANON DE INGRESO A LA MARCA · USD 15.000
   Initial fee for joining the BRUTTO franchise system. This remains a separate line item from the physical and production-related investment in the premises.
   Canon inicial de incorporación al sistema de franquicia BRUTTO. Se mantiene como partida independiente de la inversión física y productiva del local.

ECONOMIC ANALYSIS
Análisis Económico

PHYSICAL + PRODUCTIVE INVESTMENT
INVERSIÓN FÍSICA + PRODUCTIVA
USD 60.000

BRAND ENTRY FEE
CANON DE INGRESO A LA MARCA
USD 15.000

ESTIMATED INITIAL INVESTMENT
INVERSIÓN INICIAL ESTIMADA
USD 75.000

Basis of the premises

This organization expands the concept of basic equipment and categorizes the items by operational family. The final quantities must be adjusted according to the layout, floor area, menu, and production volume of the facility.

—

Esta organización amplía el concepto de equipamiento base y ordena los elementos por familia operativa. Las cantidades definitivas deberán ajustarse al layout, superficie, menú y volumen de producción del local.

1. PRODUCTION AND COOKING
   Professional kitchen, oven, cooking equipment, pots, pans, stainless steel dishes, baking trays, work surfaces.
   PRODUCCIÓN Y COCCIÓN
   Cocina profesional, horno, equipos de cocción, ollas, sartenes, fuentes de acero inoxidable, bandejas de horno, tablas de trabajo.

2. FRESH PASTA
   Professional extruder, specialized pasta machinery, dies / molds, production accessories, complementary components for pasta shapes.
   PASTA FRESCA
   Extrusora profesional, maquinaria específica de pasta, matrices/moldes, accesorios de producción, elementos complementarios para los formatos BRUTTO.

3. PREPARATION
   Stainless steel bowls, knives, spatulas, ladles, tongs, strainers, graters, dispensers, auxiliary containers.
   PREPARACIÓN
   Bowls de acero inoxidable, cuchillos, espátulas, cucharones, pinzas, coladores, ralladores, dispensers, recipientes auxiliares.

4. SERVICE AND DISPENSING:
   Sauce dispensers, condiment accessories, servingware, serving containers, packaging, labels, consumables, dispensing equipment.
   SERVICIO Y DESPACHO
   Salseras, elementos de condimentación, menaje, recipientes de servicio, packaging, etiquetas, consumibles, material de despacho.

5. COLD STORAGE & PRESERVATION:
   Refrigeration, freezing, storage, chilled items, and containers suitable for preservation and *mise en place* organization.
   FRÍO Y CONSERVACIÓN
   Refrigeración, congelación, almacenamiento, refrigerado, recipientes aptos para conservación y organización de mise en place.

6. SYSTEMS AND IMAGE
   POS and peripherals, counter, operational furniture, lighting, signage, storefront, wayfinding, and application of the BRUTTO identity.
   SISTEMAS E IMAGEN
   POS y periféricos, mostrador, mobiliario operativo, iluminación, cartelería, fachada, señalética y aplicación de identidad BRUTTO.

RECOVERY CRITERIA

The three scenarios from the base document remain unchanged: conservative (24–30 months), realistic/target (18–24 months), and high performance (14–18 months). The commercial benchmark is updated solely to reflect the new estimated initial investment of USD 75,000.

PRELIMINARY DOCUMENT

The recovery period does not constitute a guarantee of profitability. It may vary depending on location, sales, floor area, the condition of the premises, costs, staffing, existing equipment, and operational performance.

—

CRITERIO DE RECUPERO

Se mantienen los tres escenarios del documento base: conservador 24-30 meses, realista/objetivo 18-24 meses y muy buen desempeño 14-18 meses. La referencia comercial se actualiza únicamente para reflejar la nueva inversión inicial estimada de USD 75.000.

DOCUMENTO PRELIMINAR

El recupero no constituye una garantía de rentabilidad. Puede variar según ubicación, ventas, superficie, estado del local, costos, personal, equipamiento existente y desempeño operativo.

I’D LOVE TO BE PART OF THE BRUTTO TEAM

SCAN THE QR CODE AND COMPLETE YOUR FRANCHISE APPLICATION

ESCANEÁ EL QR Y COMPLETÁ TU SOLICITUD DE FRANQUICIA

BRUTTO

PASTIFICIO



2026