vinetur

The Window: aire fresco en el fast-food madrileño

Sabor, cercanía y un soplo de aire fresco: así es The Window, la mejor decisión que puedes tomar... con la ventana bien abierta.

miércoles 23 de abril de 2025

ESCRITO POR ALBERTO SANZ BLANCO



En una ciudad como Madrid, donde el ritmo no da tregua y el tránsito humano es constante, la comida rápida suele ser sinónimo de concesión: algo que tomamos por necesidad más que por placer. Pero The Window, en la céntrica Pl. de San Ildefonso, 3, viene a romper esa narrativa con contundencia y personalidad. Aquí, el fast-food se convierte en fast-good, una reivindicación de que comer rápido no tiene por qué ser comer mal. Y es que cuando la técnica, el producto y la vocación de servicio confluyen, incluso un sándwich puede rozar la categoría de arte.

La filosofía de The Window es clara y directa: ofrecer una experiencia que trascienda lo meramente alimenticio, construida sobre tres pilares tan sencillos como potentes —calidad, comunidad y good vibes. Este no es un local que busque simplemente despachar comida; es un espacio pensado para acoger, conectar y dejar huella. **Aitor** y **Diego**, sus creadores, canalizan su herencia venezolana y sus trayectorias dispares —uno formado en Le Cordon Bleu, el otro curtido en el ecosistema de las startups— en una visión común: dignificar el pollo frito y convertirlo en una insignia gastronómica dentro del street food madrileño.

El local es una extensión física de esta filosofía: moderno, con paredes de ladrillo visto, un diseño limpio y cálido que recuerda a esos diners californianos donde la comida se convierte en una celebración compartida. La música urbana pone ritmo al espacio, llenándolo de energía y creando un ambiente relajado pero vibrante, donde uno se siente bienvenido desde el primer momento. Desde la barra —perfecta para quienes buscan una comida rápida pero bien ejecutada— puede verse cómo se cocina el producto, reforzando esa transparencia y orgullo por el proceso que tanto defienden sus fundadores.



Además, The Window ha sabido trasladar esa misma coherencia estética y emocional a sus redes sociales, donde construyen una comunidad digital activa y leal que comparte el entusiasmo por lo auténtico y puede, incluso, jugar a un pequeño videojuego diseñado por ellos mismos. Su imagen de marca es nítida, reconocible y perfectamente alineada con la experiencia del local: visuales cuidados, mensajes positivos y un tono que mezcla cercanía con actitud. Incluso el take away está pensado al milímetro: la comida se entrega en una bolsa de diseño cuidado que, como reza su eslogan impreso, "te hace más irresistible". Y es difícil no creérselo cuando el envoltorio contiene un bocado que destila tanta intención como sabor.

En un panorama gastronómico saturado por la fiebre de las hamburguesas —especialmente las smash, que han colonizado Madrid con propuestas que van de lo sublime a lo genérico—, The Window se atreve a mirar en otra dirección. Mientras otros siguen exprimiendo la fórmula de la carne de vacuno, **Aitor** y **Diego** apuestan por una materia prima que ha sido injustamente relegada en la alta rotación del fast-food: el pollo. Pero no cualquier pollo. Aquí se trabaja con mimo y método: marinado durante

24 horas, frito con precisión quirúrgica para lograr ese equilibrio entre crujiente exterior y jugosidad interna y ensamblado con pan de patata —un guiño dulce y tierno que eleva la experiencia más allá del simple sándwich. Y lo mejor: todo ello se ofrece a un precio al alcance de cualquier bolsillo, con menús o combos que incluyen bebida y acompañamiento y no superan los 15 euros. Una política de precios que demuestra que calidad y accesibilidad no tienen por qué ser conceptos enfrentados.



La carta no es extensa, pero sí precisa. Cada sándwich está pensado como una interpretación particular del pollo frito, sin excesos ni adornos innecesarios, pero con una identidad bien definida. Aquí, la variedad no se mide en cantidad, sino en intención y sabor. Comenzamos con **The Classic**, que hace honor a su nombre: pollo crujiente y jugoso, con pepinillos encurtidos y una Chicken Mayo que no está ahí solo por protocolo, sino porque de verdad realza el conjunto. Le acompaña **The Basic**, más ligera, con tomate, lechuga fresca y una mayonesa especial, ideal para quienes prefieren una aproximación más sencilla pero igualmente sabrosa. Pero las joyas de la casa, las que realmente muestran el músculo creativo son **The Spicy** y **The Window**.

La primera es un torbellino de sabor: pollo bañado en una salsa picante equilibrada, con cebolla morada encurtida, pepinillos y un toque cremoso de salsa Ranch. El contraste entre lo picante, lo ácido y lo lácteo está resuelto con una precisión que sorprende. Es una explosión de texturas que engancha. The Window, en cambio, es un manifiesto en sí mismo. Lleva el nombre del local y no es casualidad: aquí se juega con un ensamblaje de salsas que desafía las expectativas —Chicken Mayo, Ranch, BBQ, Spicy Peach y Pink Mayo— todas elaboradas en casa, aportando capas y matices que se van revelando bocado a bocado. La cebolla fresca y los pepinillos encurtidos actúan como contrapunto vegetal, mientras que el pan de patata, suave y ligeramente dulce, termina de abrazar cada sabor como si de un guion bien escrito se tratase.

El acompañamiento está a la altura: las patatas fritas naturales, doradas, crujientes por fuera y suaves por dentro, llegan sazonadas con una mezcla especial de la casa que no necesita más aderezo. Aquí no hay congelados ni atajos: todo pasa por el filtro de la honestidad, el sabor y el cuidado artesanal. Y eso se nota. También en su carta de bebidas The Window marca distancia respecto al fast-food convencional. La estrella es su **Arnold Palmer**, una refrescante mezcla casera de té negro y limonada, servida en botella de 500 ml, que se ha convertido en emblema líquido del local. Le sigue el **Caravelle Hibiscus**, un refresco artesanal con sabor a pomelo elaborado en Barcelona, ideal para quienes buscan algo diferente y ligeramente ácido. Para los más clásicos, hay opciones como Coca-Cola, en versión normal o Zero, así como agua mineral. Y para quienes prefieren algo con carácter, la **Luk Beer**, una cerveza artesanal madrileña, redondea una oferta que, sin ser extensa, demuestra la misma atención al detalle que el resto del menú.



En definitiva, The Window no es solo un rincón donde comer bien: es un lugar donde uno se siente bien. La propuesta gastronómica convence por su sabor, su coherencia y su honestidad, pero es el trato humano lo que termina de redondear la experiencia. El personal es cercano, amable y visiblemente orgulloso de lo que sirve, dispuesto a explicar cada plato con entusiasmo y a contagiar esas good vibes que son mucho más que un eslogan. Así que ya lo sabes: si buscas sabor, cercanía y un soplo de aire fresco en pleno centro de Madrid, no dudes en abrir The Window.