vinetur

Hard Rock Hotel Madrid lanza una cata de siete cócteles ligada a la historia de la música

La experiencia Mixology Musical se celebrará este verano en la terraza RT60 por 40€ por persona

miércoles 17 de junio de 2026



Hard Rock Hotel Madrid ha puesto en marcha Mixology Musical, una propuesta inmersiva que une coctelería y recorrido musical en su terraza RT60, situada en Ronda de Atocha, 17. La iniciativa plantea una sesión en la que los asistentes recorren distintas épocas, estilos y sonidos a través de siete cócteles signature seleccionados para construir ese relato.

Desde el hotel explican que cada una de las creaciones se servirá en formato chupito, de modo que la experiencia completa incluye siete degustaciones. La propuesta se desarrollará en fechas seleccionadas a lo largo de todo el verano, con plazas limitadas y un precio de 40€ por persona.

La actividad se celebrará en RT60, el rooftop de Hard Rock Hotel Madrid, un espacio que la compañía presenta como uno de los puntos de referencia de su oferta de ocio y gastronomía en la capital. La idea de Mixology Musical pasa por trasladar la identidad de la marca, muy vinculada a la música, al terreno de la coctelería, con una sesión concebida como un recorrido sensorial.

Hard Rock Hotel Madrid abrió sus puertas en julio de 2021 y cuenta con 161 habitaciones. El establecimiento se encuentra frente al Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, en el entorno de Atocha, y se apoya en esa ubicación para reforzar su perfil urbano y cultural dentro de la oferta hotelera madrileña.

Según informa la compañía, su propuesta gastronómica se articula en varios espacios. Entre ellos figuran Sessions, definido como su restaurante principal, el GMT+1 Lobby Bar y la propia terraza RT60, donde se desarrollará esta nueva experiencia. El hotel añade a esa oferta otros servicios ligados al universo musical de la marca, como Body Rock®, centrado en bienestar, Rock Om®, que combina yoga y música, y The Sound of Your Stay®, pensado para personalizar la estancia con guitarras Fender, vinilos o listas de reproducción.

El establecimiento también alberga la Rock Shop®, la tienda oficial de la marca, y mantiene la presencia de memorabilia musical que caracteriza a los hoteles Hard Rock. Esa línea forma parte de la identidad del grupo, que vincula alojamiento, restauración y entretenimiento bajo una misma propuesta.

Hard Rock International opera en casi 75 países y supera los 300 locales, entre hoteles, casinos, tiendas, espacios de actuaciones en directo y cafeterías. La empresa asegura además que conserva más de 88.000 piezas de recuerdos musicales auténticos expuestas en distintos establecimientos de la marca.

La compañía señala igualmente que su programa de fidelización Unity by Hard Rock™ recompensa a los clientes en los establecimientos participantes y que Hard Rock Digital desarrolla su actividad en apuestas deportivas e iGaming. En el plano financiero, Hard Rock International cuenta con grado de inversión de S&P Global Ratings, con calificación BBB-, y de Fitch Ratings, con BBB.

Con Mixology Musical, Hard Rock Hotel Madrid amplía su programación estival con una actividad que busca atraer tanto a clientes alojados como a público de la ciudad interesado en una experiencia de ocio vinculada a la música y la coctelería. Las reservas para asistir ya están disponibles a través de los canales habilitados por el hotel.