Hard Rock Hotel Madrid organiza un mes solidario contra el cáncer de mama

El hotel donará a GEICAM el 20% de las ventas de platos y bebidas de PINKTOBER

martes 13 de octubre de 2026


3
15
24
29
38
40
53
59
66
67
72
74
81
88

Hard Rock Hotel Madrid pondrá en marcha el próximo 16 de octubre una nueva edición de PINKTOBER, la campaña anual de Hard Rock International dedicada a la concienciación sobre el cáncer de mama y a la recaudación de fondos para investigación y apoyo a pacientes. En Madrid, la programación se desarrollará durante todo el mes con actividades abiertas a huéspedes, residentes y visitantes, y con GEICAM como entidad colaboradora en la ciudad.

El arranque será el próximo 16 de octubre en el vestíbulo del hotel, con una cita de música en directo y bingo solidario entre las 19.00 y las 21.00 horas. La entrada costará 10€ e incluirá una consumición. Hard Rock Hotel Madrid prevé reunir a cerca de un centenar de asistentes y ha anunciado varios sorteos y premios, entre ellos dos noches de alojamiento en Oro Hard Rock y una guitarra temática.

La agenda continuará el próximo 17 de octubre con dos actividades centradas en el deporte y el bienestar. Por un lado, M3 Padel Academy acogerá un torneo solidario de pádel entre las 12.00 y las 14.00 horas. La inscripción será de 20€ por persona, con un máximo de 40 participantes, y toda la recaudación se entregará a GEICAM. El hotel añade que, tras el torneo, los asistentes podrán quedarse a una paella en las instalaciones.

Ese mismo día, el Roxy Garden del hotel recibirá una sesión especial de pilates organizada con Club Pilates. La clase se celebrará de 11.00 a 12.00 horas y terminará con un desayuno saludable al aire libre. El precio será de 25€ por persona y el aforo previsto se sitúa entre 35 y 40 asistentes. También en este caso, el importe recaudado irá destinado íntegramente a GEICAM.

La programación de Madrid seguirá el próximo 21 de octubre con una clase de Barre Control en la azotea RT60, dirigida por la comunidad Well & Wind. La sesión será de 18.00 a 20.00 horas, costará 20€ por persona e incluirá un aperitivo al final.

La campaña también llegará al restaurante Sessions durante todo octubre. El establecimiento incorporará a su carta un batido de fresa, un taco rosa y un postre especial inspirados en PINKTOBER. Hard Rock Hotel Madrid informa de que donará a GEICAM el 20% del precio de venta de cada una de estas propuestas. Además, el programa para huéspedes The Sound of Your Stay se adaptará a la campaña con

vinilos, guitarras acústicas y eléctricas temáticas y listas de reproducción preparadas para este mes.

GEICAM, la entidad que recibirá la recaudación de las actividades organizadas en Madrid, es una organización sin ánimo de lucro fundada en 1995 y centrada en la investigación académica del cáncer de mama en España. La fundación informa de que en sus 30 años de trayectoria ha impulsado 250 estudios con la participación de más de 70.000 mujeres y hombres. En la actualidad reúne a cerca de 1.000 investigadores de más de 230 hospitales de España y de otros países, y colabora con otros 50 centros de investigación.

La iniciativa madrileña forma parte de la 27.ª edición de PINKTOBER, la campaña internacional de Hard Rock. La compañía explica que, en su red de hoteles, cafés, casinos y plataformas digitales, el programa busca recaudar fondos y aumentar la sensibilización sobre el cáncer de mama. Alex, portavoz de Hard Rock Hotel Madrid, afirma que la campaña pretende reunir a la comunidad para apoyar la investigación y la concienciación, además de reconocer a las personas afectadas por la enfermedad.

En el conjunto de la campaña, Hard Rock señala que los fondos se canalizarán a través de Hard Rock Heals Foundation para apoyar la investigación y la sensibilización sobre el cáncer de mama mediante la American Cancer Society. La empresa cifra en más de 15 millones de dólares lo recaudado por PINKTOBER hasta la fecha.

La edición de 2026 incluirá acciones en varias líneas de negocio del grupo. En los Hard Rock Hotels de distintos países habrá actuaciones de artistas femeninas, propuestas de bienestar y experiencias gastronómicas ligadas a la campaña. La compañía añade que donará 80 noches de alojamiento en complejos todo incluido de México y el Caribe a supervivientes de cáncer de mama, cuidadores y otras personas afectadas por la enfermedad.

Los Hard Rock Cafés participantes servirán platos y bebidas creados para la campaña durante octubre. Entre ellos figuran el Pink Power Bowl, el postre Pink Smash Guitar Dessert, el Berry Lychee Spritz sin alcohol y la Hibiscus PinkRITA. Hard Rock precisa que el postre con forma de guitarra de chocolate rosa también estará disponible en Hard Rock Cafe Barcelona. La cadena venderá además artículos de merchandising de

PINKTOBER 2026, como camisetas, sudaderas, pegatinas y un pin de colección.

Otra de las acciones de este año será el pin solidario STRONGER TOGETHER, diseñado por Theron Osceola, artista de la Tribu Seminola de Florida. Hard Rock indica que los ingresos netos de esta venta se destinarán a la American Indian Cancer Foundation a través de Hard Rock Heals Foundation, con el fin de apoyar a mujeres y familias nativas americanas afectadas por el cáncer de mama.

La compañía también ha incorporado a la campaña su tarjeta Unity by Hard Rock Mastercard, en colaboración con Bread Financial. Una parte de las compras realizadas con esta tarjeta durante octubre se donará a la fundación hasta un máximo de 75.000 dólares. A ello se suman promociones en Hard Rock Casinos, aportaciones vinculadas al programa Change for Change, una acción en Hard Rock Games bajo el nombre Spins for the Cure y nuevas altas solidarias en las aplicaciones de Hard Rock Bet.

Hard Rock Heals Foundation fue creada en 2016 para reunir las acciones filantrópicas de la empresa. Según informa la organización, su actividad se centra en salud y bienestar, respuesta ante emergencias y otras causas humanitarias. En Madrid, esa estructura servirá de marco para una programación que combina ocio, actividad física y restauración con un objetivo concreto: reunir fondos para GEICAM y dar visibilidad a la prevención y a la investigación del cáncer de mama.