

La presidenta ha avanzado hoy que, con esta iniciativa, en la que se invierte 1,7 millones, se refleja una forma “de ser y estar en el mundo”

Díaz Ayuso presenta en Nueva York una nueva campaña de promoción internacional de la Comunidad de Madrid como región abierta al mundo

- *It's abierto, It's Madrid region*, lema con el que el Gobierno autonómico se dirige a los mercados estratégicos de EEUU, del Reino Unido y México
- Subraya que el objetivo no es solo buscar inversores y capital, sino “aliados con los que crecer y construir un futuro prometedor”
- Se difundirá de junio a noviembre en los principales medios y plataformas digitales del mundo

25 de junio de 2025.- La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, ha presentado hoy en Nueva York una nueva y ambiciosa campaña de promoción internacional de Madrid como región abierta al mundo. La puesta de largo de esta iniciativa, en la que el Ejecutivo autonómico ha invertido 1,7 millones de euros, se ha realizado en el marco de la visita institucional a EEUU que Díaz Ayuso inició este sábado en Miami.

It's abierto, It's Madrid region es, según ha desvelado la presidenta, el lema que se empezará a ver -desde este mes de junio y hasta noviembre- en los principales medios y plataformas digitales del mundo, un concepto que, en su opinión, representa “una forma de ser y estar en el mundo”, y que se dirige de manera prioritaria a Estados Unidos, Reino Unido y México, tres países que ha calificado como estratégicos.

Díaz Ayuso ha constatado que si algo caracteriza a Madrid es ser un lugar abierto a las novedades; la aventura diaria de vivir, el azar, mezclar personas de toda procedencia y condición para ensanchar conocimientos; que nadie se sienta extraño en su casa en una región llena de contrastes, y la combinación del futuro, la innovación y la defensa de las tradiciones.

“La Comunidad de Madrid es bravura, generosidad y, sobre todo, libertad”, ha enfatizado la presidenta, que ha destacado cómo en la región se puede abrir o cerrar un negocio “cuando su dueño lo considere”, así como elegir hospital, colegio o residencia en función de sus preferencias, empezar una vida desde cero

o confeccionar una vida “según el modelo de familia o el tipo de trabajo que quiere tener”.

MADRID ABIERTO A LOS NEGOCIOS, AL TALENTO, LA INVERSIÓN Y LA VIDA

La campaña está dividida en cuatro mensajes: Madrid abierto a los negocios, el talento, la inversión y la vida. El primero de ellos dibuja una región que lleva 20 años bajando impuestos y eliminando burocracia, donde se premia e incentiva el esfuerzo y el riesgo y se crea una de cada cuatro empresas y empleos de España gestionando “sin dejar deudas a los que están por venir y cumpliendo las reglas”, ha indicado la presidenta.

Para Díaz Ayuso, Madrid también es un lugar *Abierto al talento* por contar con el mejor capital humano, la población activa más cualificada de España y un “engranaje de primera”, además de 19 universidades y cuatro de las mejores escuelas de negocio del mundo, y una Formación Profesional de la mayor calidad con grandes resultados en empleabilidad.

Abierto a la inversión es el tercer aspecto que centra esta iniciativa que la presidenta Díaz Ayuso ha detallado hoy en la ciudad neoyorkina, destacando la confianza que genera la región en todo el mundo, que acapara casi el 70% de todo el capital que llegó a España en 2024.

En cuarto lugar, Madrid *Abierto a la Vida* incluye mensajes e imágenes diseñados para captar su esencia, donde se puede llegar en Metro hasta un viñedo o asistir a la suelta de un animal salvaje protegido con el skyline de la capital de fondo, y que al mismo tiempo despliega programas para rejuvenecer el campo y embellecer sus pueblos y que cada vez nazcan más niños.

“No solo buscamos inversores y capital, buscamos socios aliados con los que crecer y construir juntos este futuro tan prometedor”, ha concluido Díaz Ayuso, que ha animado a sumarse a un proyecto “vivo y en constante evolución” como es la Comunidad de Madrid, “que vive su mejor momento”.