

RICKY SARKANY

Biografía

Ricky Sarkany es un empresario y diseñador argentino, que desde 1985 lidera la compañía de calzado **Sarkany**. Desde su juventud se fue nutriendo en diferentes carreras, obteniendo la licenciatura Administrador de Empresas y un Master en Marketing y Administración Estratégica. Siendo la cuarta generación familiar de zapateros, logró posicionar a la compañía en el puesto número uno del mercado local.

A lo largo de su carrera ha recibido infinidad de premios como el UPBA (Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires) y de "Emprendedor Exitoso" otorgado por la Fundación Internacional de Jóvenes Líderes. En cuanto al desempeño de la marca dentro del mundo de la moda, Ricky recibió en reiteradas oportunidades los premios Tijera de Plata y los premios APSA por mejor local en el 2005, 2006, 2009, 2010 y 2015 y el APSA de Oro en el 2009. También, obtuvo el reconocimiento del Ministerio de la Producción, Ciencia y Técnica como "Empresario relevante del Siglo XXI".

A su vez, un estudio realizado por PWC, firma de servicios profesionales más importante del mundo, en base a más de 1.400 encuestas a CEOs de 60 países distintos, ubicó a Ricky en el noveno puesto dentro del top ten regional de los líderes más admirados por los emprendedores, debajo de Steve Jobs, Bill Gates, Larry Page y Mark Zuckerberg, entre otros.

Por otro lado, y gracias a su dedicado trabajo como padrino de la Fundación Telmed, el empresario fue una de las grandes figuras galardonadas en la entrega de los premios CILSA 2015. En esta última acción de responsabilidad social, se llegaron a donar 8.000 mamografías con el objetivo de contribuir a la detección precoz del cáncer de mama. Siguiendo la iniciativa solidaria, el empresario colabora con la Fundación Banco Provincia en la donación de sillas de ruedas posturales para chicos con parálisis cerebral.

Yendo hacia el campo académico, Ricky es actualmente Director de la carrera Marketing de la Moda de la Universidad del Siglo 21.

En el marco de su negocio, Sarkany logró que la compañía crezca, no solo en el abanico de productos, incorporando la marca Sofía, de calzado e indumentaria en el 2011, sino también expandiéndose hacia otros mercados de América Latina.

Como consecuencia de su constante trabajo, Sarkany logró que los zapatos no sean considerados un accesorio sino una pieza fundamental de un look total, creando verdaderos “objetos de deseo”.