



Enrique Rubio Polo. Gerente de Cuadernos Rubio

Enrique Rubio Polo nació el 1 de abril de 1959 y es el representante de la segunda generación de la empresa familiar conocida como Cuadernos Rubio. Su padre y fundador, Ramón Rubio Silvestre, ideó este método hace 50 años de una forma casual, sin pensar que lo que era un sistema para que contables y peritos mercantiles mejoraran su caligrafía podría convertirse en un método universal de refuerzo pedagógico para escolares.

Este Licenciado en Ciencias Empresariales que ha participado en la actividad del negocio familiar desde los últimos años de sus estudios universitarios tomó las riendas de la empresa en 1998. Desde ese momento ha sido el artífice de la introducción de los Cuadernos en una nueva etapa con la instauración de una de las series más importantes de cuadernillos desde su creación: la que plantea problemas de uso cotidiano de la moneda euro, con la potenciación de los decimales, para que los escolares aprendan de forma sencilla a calcular con las monedas y billetes de la Unión Europea.

En este período también se desarrolla su página web, www.rubio.net, que ha sido renovada recientemente, y en la que se han introducido una serie de ejercicios interactivos para que los niños puedan practicar sumas, restas, multiplicaciones y divisiones, además de abordar el rediseño de los Cuadernos con la vuelta a sus colores tradiciones -verde para la caligrafía y amarillo para los problemas- e introducir valores solidarios y de conservación del Medio Ambiente en todas sus series.

Los Cuadernos Rubio han demostrado, con el paso de los años, que su fórmula no caduca. En estos momentos, las cuatro líneas de cuadernillos –preescolar, escritura, operaciones y problemas, y problemas con euros- se utilizan principalmente por niños de entre 3 y 12 años. Un total de 64 Cuadernos Rubio diferentes que se han estructurado para apoyar y mejorar los procesos de aprendizaje del escolar desde edad temprana. Pero los cuadernillos no sólo se están utilizando para mejorar la educación del niño: entre sus utilidades se encuentran también la mejora de la motricidad y la memoria en personas ancianas y el refuerzo idiomático en niños inmigrantes. De este modo, Enrique Rubio ha extendido su uso tanto a centros con unidades geriátricas como a academias y clases de refuerzo para niños provenientes de países de habla hispana.

Pero una metodología que se ha revelado eficaz a través de los tiempos no por ello está exenta de revisiones. En este sentido, Enrique Rubio como precursor de la modernización y adaptación a los nuevos tiempos de los cuadernos ha sido el promotor del “lavado de cara” de los cuadernos. En 2004 se planteó la necesidad de abordar una remodelación profunda tanto del diseño de las series de cuadernos, como de sus contenidos, pero por supuesto, sin manipular su esencia.

Por tanto, la nueva visión en el enfoque de los contenidos de los cuadernos se ha materializado con el cambio del logo corporativo introduciendo el lema, “*El arte de aprender*” volviendo a la mano utilizada

antafío en los dibujos de los cuadernos. Por otra parte, a través de un consejo de asesores pedagógicos se han eliminado frases obsoletas en el tiempo, en algunos casos de carácter discriminatorio y poco apropiadas para los niños de hoy en día por otras que fomentan los denominados "ejes transversales de la educación", haciendo hincapié en valores solidarios como la paz, la conservación del entorno, la igualdad, etc. Importante ha sido en esta línea la colaboración de Enrique Rubio y su equipo de comunicación con distintas ONG como son: WWF//Adena, Vida Sana, Ayuda en Acción y Médicos del Mundo.

En 2006 la empresa ha aprovechado la puesta en marcha de todas estas acciones con la renovación de su imagen, que se ha materializado con la mejora del diseño de los cuadernos de cálculo y problemas, igual que se hiciera el año anterior con los de escritura. En esta nueva etapa de Cuadernos Rubio de la que Enrique Rubio es protagonista, la comunicación, el diseño y la creatividad son elemento clave para su perdurabilidad en un mundo en el que las grandes editoriales dejan escaso margen de maniobra a empresas de menor tamaño, que deben diferenciarse y competir de la mano del factor creativo.

Esto es parte de lo hecho hasta ahora por Enrique Rubio desde que se hizo cargo de la empresa fundada por su padre, aunque en su mente bullen más ideas creativas y no descarta la publicación en un futuro próximo de una nueva serie de cuadernos.