

ACTIVIDAD: Evaluación de riesgos.

Módulo Profesional: Itinerario personal para la empleabilidad..

Curso: 1º.

Docente: Daniel Romero Sánchez.

Ha llegado el momento de integrar el área de Prevención de Riesgos Laborales y el Itinerario Personal hacia la Empleabilidad en el proyecto del Ciclo, que estás desarrollando de forma conjunta entre todas los módulos.

Como apuntó Mahatma Gandhi, "La salud es la verdadera riqueza y no piezas de oro y plata. Es por ello que poseer unos conocimientos adecuados sobre Prevención de Riesgos laborales y habilidades para la prevención de accidentes, juega un papel fundamental en la salud de los trabajadores.

En esta fase, el objetivo será diseñar una campaña publicitaria que promueva la importancia de la Prevención de Riesgos Laborales en el ámbito profesional, mostrando de forma creativa y visual cómo identificar, analizar y prevenir los riesgos más comunes en vuestro sector.

Para la planificación y desarrollo del proyecto, trabajaréis de forma colaborativa utilizando la aplicación MIRO, donde diseñaréis el mapa conceptual, la estrategia creativa y el flujo de trabajo de la campaña.

#### **Tareas a realizar:**

- 1- Detección de riesgos: Identificar todos los posibles riesgos de accidente laboral y enfermedades profesionales, desde las cinco ramas que componen la Prevención de riesgos laborales, que puedan surgir en vuestra área de trabajo o entorno de la campaña.
- 2- Análisis y valoración: Evaluar los riesgos detectados mediante una matriz de riesgos elaborada en Miro, clasificándolos según su probabilidad y gravedad.
- 3- Medidas preventivas: Proponer medidas concretas de prevención para minimizar los riesgos, indicando a través de qué rama de la prevención se aplicarían.
- 4- Creatividad y comunicación: Diseñar una campaña publicitaria visual y persuasiva (afiche, slogan, video, presentación o storyboard) que transmita de forma efectiva la importancia de la seguridad laboral.

Los tres primeros puntos constituyen un 50% de la nota, mientras que el último punto constituye en 50% a través de una exposición oral que resuma los puntos anteriores con el enfoque de una campaña de publicidad.