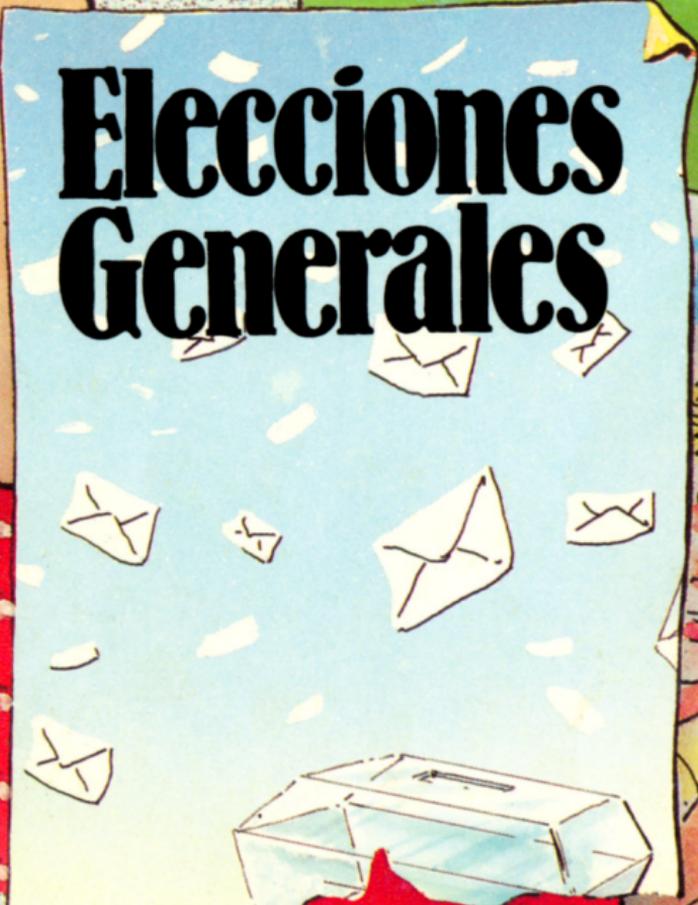


# Elecciones Generales

A blue poster with the title "Elecciones Generales" in large, bold, black letters. Below the title, several white envelopes are scattered across the blue background. At the bottom of the poster is a light blue ballot box with a slot on top. The poster is attached to a wall with a red brick pattern on the left and a speckled grey wall on the right.

**SPECTRUM**  
*48K, Plus, 128K*

PONCE

A cartoon character with blonde hair, wearing a brown jacket over a yellow shirt. A name tag on the jacket says "PONCE". The character is smiling and looking towards the left. The character is partially obscured by the blue poster.



# **ELECCIONES GENERALES**

## **INTRODUCCION**

El panorama político español se encuentra en un momento de gran expectación por las recién anunciadas Elecciones Generales.

La opinión pública favorable a cada uno de los partidos (intención de voto) queda determinada, al inicio de la campaña, entre los siguientes:

PSOE .....	30 y 45%
AP .....	15 y 25%
CDS .....	8 y 15%
JUGADOR .....	2 y 5%
INDECISOS .....	45 y 10%

que bien pudieran corresponder a una situación bastante real. Por otra parte, ninguno de los partidos dispone, al comienzo del juego, de ningún delegado, ni sedes, ni tan siquiera afiliados que deberán conseguirse a lo largo de la partida por unos y otros grupos políticos. Cada partido dispondrá de un capital inicial que oscilará entre 200 y 300 millones de ptas., salvo el del jugador, que dispondrá de 100 a 200 millones.

## **División del juego**

Dado que el programa simula con la mayor fidelidad posible cada una de las distintas situaciones del juego, desde su planteamiento y realización hasta el tratamiento de

todos los datos que suponen el control de partidos, gestiones, ciudades, etc., y que se ha tratado de combinar el rigor de los juegos de estrategia con el atractivo gráfico y sonoro de las videoaventuras, no ha sido posible emplear el tradicional formato de un solo bloque de programa (a pesar de que la totalidad de éste está descrito en código máquina). Es por ello que cada fase de Elecciones Generales constituye un bloque que por sí solo ocupa prácticamente toda la memoria del ordenador.

La campaña está dividida en dos partes; la primera, de 16 semanas de duración, corresponde a la fase Preelectoral y en ella cada uno de los partidos debe desarrollar sus tácticas de expansión por las diferentes ciudades a fin de obtener una buena estructura política. En la segunda parte se desarrolla la fase Electoral (10 jornadas de duración), durante la cual cada uno de los partidos expondrá sus opiniones a los distintos temas del programa electoral a fin de obtener una mayor votación en su favor.

## **FASE PREELECTORAL**

### **Instrucciones de carga**

Asegúrate de que la cinta está totalmente rebobinada por su cara A y carga la primera parte del programa en la forma habitual:

LOAD "" + ENTER

Finalizada ésta, el programa se autoejecutará.

## Constitución del partido

Las primeras pantallas te pedirán los datos correspondientes al nombre del partido (4 caracteres) y el de su presidente (13 caracteres) y una vez registrado te indicará el capital disponible.

## Ciudades

La nación está representada por doce ciudades, divididas en tres categorías, en función de las cuales dispone de mayor población y, por lo tanto, mayor potencial de afiliados y votos. También los costos son proporcionales a estos valores.

CIUDAD	CAT.	CAPACIDAD		COSTO x DELEGADO	COSTO x SEDE
		VOTOS	ESCAÑOS		
Barcelona	1	2.000.000	45	2.000.000	40.000.000
Madrid	1	2.000.000	45	2.000.000	40.000.000
Bilbao	2	1.500.000	32	1.500.000	30.000.000
Coruña	2	1.500.000	32	1.500.000	30.000.000
Sevilla	2	1.500.000	32	1.000.000	20.000.000
Valencia	2	1.500.000	32	1.000.000	20.000.000
Cáceres	3	1.000.000	22	1.000.000	20.000.000
Canarias	3	1.000.000	22	1.000.000	20.000.000
Málaga	3	1.000.000	22	1.000.000	20.000.000
P. Mallorca	3	1.000.000	22	1.000.000	20.000.000
Valladolid	3	1.000.000	22	1.000.000	20.000.000
Zaragoza	3	1.000.000	22	1.000.000	20.000.000

## **Menú preelectoral**

Durante el desarrollo de la primera fase pueden utilizarse las opciones de:

0. Ver situación.
1. Contratar personal.
2. Compra de sedes.
3. Financiación.
4. Sondeo de opinión.
5. Fundar periódico.
6. Espionaje político.
7. Semana inactiva.

### **Ver situación**

Con esta opción se tiene libre acceso a la información relativa a delegados y sedes existentes en cada ciudad, así como cantidad de afiliados a tu partido.

La utilización de esta opción no se considera como jugada.

### **Contratar personal**

Al comenzar el juego se puede contratar hasta un máximo de tres delegados (en distintas ciudades), los cuales serán los encargados de realizar las gestiones del partido en las ciudades en que se encuentren.

A medida que avance el juego pueden seguirse contratando delegados hasta un total de cinco. Por lo tanto, en cada turno de juego se podrán realizar tantas operaciones como delegados disponibles estén en activo.

La misión principal de éstos es la de preparar la opinión pública favorable a su partido. Con su llegada, automáticamente se afiliarán aquellos ciudadanos que ya tenían esta intención.

Cada delegado puede ser posteriormente desplazado a cualquier otra ciudad, pero su presencia es imprescindible a la hora de adquirir una sede.

Con la llegada del delegado queda reconocida la presencia del partido y a partir de ese momento contará su antigüedad en la ciudad a modo de «valor de asentamiento», valor que determinará la mayor o menor fidelidad de sus seguidores. El mayor grado de asentamiento se logrará al llegar el primero a una ciudad en la que no exista delegado de ningún otro partido.

Los delegados perciben semanalmente un sueldo en función de la ciudad en la que se encuentre. Este sueldo es descontado semanalmente de los fondos del partido, en caso de no poderse efectuar durante tres semanas consecutivas, éste dimitirá. Si por cualquier circunstancia un partido pierde todos sus delegados, no podrá proseguir la campaña.

## **Compra de sedes**

Tu partido puede crear hasta dos sedes en cada una de las ciudades siempre que se cumplan los requisitos de tener en ella un delegado y saldo suficiente.

El adquirir una sede en una ciudad aumenta la importancia del partido, provocando con ello un buen incremento de afiliados procedentes de ciudadanos hasta ahora indecisos e incluso, la atracción de otros afiliados a partidos con menos antigüedad o asentamiento.

La creación de una segunda sede aumentará más aún el número de afiliados a la vez que reafirma su importancia.

En cualquier momento puede efectuarse la venta de una o ambas sedes en una ciudad, pero ello supondrá una reducción de la intencionalidad de voto.

## **Financiación**

Esta opción del menú te permitirá utilizar tres formas distintas de obtener fondos.

Se pueden obtener créditos bancarios de varias cuantías en función de las garantías en que te estime la entidad bancaria. Al capital prestado le serán incrementados los correspondientes intereses y el total será descontado en fracciones durante las diez jornadas de la fase electoral. Cada semana serán ingresados en cuenta el total de las cuotas de los afiliados (inicialmente 100 ptas.).

Estas cuotas pueden ser cambiadas por otros valores, pero debe considerarse que esto puede llegar a cambiar su opinión sobre el proceder del partido, tanto a favor como en contra. Otra posibilidad es la de recurrir al «dinero negro» que te puedan facilitar conexiones con fuentes de ingresos extranjeras de mayor o menor cuantía, pero la utilización de cualquiera de éstas supone un cierto riesgo, que puede afectar la integridad del partido. Este riesgo será mayor o menor en función de las cuantías y la reiteración de las peticiones.

## **Sondeo de opinión**

Puedes conocer la opinión política de cada ciudad en particular utilizando una de tus jugadas. Con ella podrás averiguar los porcentajes que cada partido tiene en la ciudad seleccionada.

## **Fundar periódico**

Los distintos medios mantendrán informado al país sobre las actividades de los partidos. Si te decides a crear tu propio periódico, podrás realizar una gran campaña publicitaria sobre tus actos, lo cual contribuirá a aumentar el número de tus seguidores.

Podrás optar también por la venta del periódico, en este caso se realizará en subasta pública, pudiendo ser adquirido por alguna editorial independiente.

## **Espionaje político**

La estrategia de los demás partidos puede ser puesta al descubierto por medio de esta ilegal opción, corriendo un cierto grado de peligrosidad acumulable a la anteriormente descrita de financiación «subterránea», con ésta averiguarás la acción que el partido seleccionado va a realizar así como el capital de que dispone.

## **Semana inactiva**

Se ha previsto esta opción para utilizar en el caso de que no se pueda o no se quiera efectuar ningún tipo de operación. Tan sólo los demás partidos efectuarán o no sus gestiones.

## **Noticias**

Al final de cada semana, el servicio de Telediario te ofrecerá un resumen informativo de las acciones realizadas por los partidos adversarios, así como alguna incidencia relacionada con la campaña electoral.

## **Balance**

El estado de cuentas del partido se obtendrá automáticamente tras el programa informativo, en el que se deta-

llarán cada uno de los conceptos de gastos e ingresos, estos datos permanecerán en pantalla en tanto no se pulse una tecla, con lo cual se iniciará una nueva jornada.

### **Save/load de situación actual**

Para almacenamiento o recuperación de datos de la situación actual, bien para suspender la partida temporalmente o quizá para repetir la acción con otra estrategia, basta con pulsar BREAK cuando la pantalla de MENU GENERAL esté presente y seleccionar la operación deseada.

Cada fase admitirá solamente los datos relativos a ella.

### **Fin de fase preelectoral**

Al terminar la fase preelectoral, el programa preparará los datos de la situación final en un formato especial que solamente servirá para inicializar la fase electoral.

A tal efecto debe disponerse una cinta de cassette en la que conviene efectuar un par de copias para mayor seguridad.

## **FASE ELECTORAL**

### **Instrucciones de carga**

De modo habitual se procederá a la carga de la segunda parte de las Elecciones Generales (cara B de la cinta). Una vez terminada la misma el programa pedirá los datos para su inicialización (grabados anteriormente).

### **Menú electoral**

El menú de esta segunda fase está constituido por:

0. Venta de sedes.
1. Financiación.
2. Sondeo de opinión.
3. Espionaje político.
4. Encuesta.
5. Mitin.
6. Jornada inactiva.
7. Venta de periódico.

### **Venta de sedes**

Esta opción puede ser utilizada para obtener dinero a base de desprenderse de alguna sede, teniendo en cuenta que esta acción afectará negativamente a las intenciones de voto de los ciudadanos.

## **Financiación**

En esta segunda fase tan sólo es posible conseguir dinero «subterráneo», ya que los grupos bancarios estarán pendientes de la recuperación de los préstamos y no concederán ningún tipo de crédito.

## **Sondeo de opinión**

Podrán averiguarse los porcentajes de intencionalidad de voto existentes en cada ciudad.

## **Espionaje político**

En esta segunda fase los datos obtenidos a través del espionaje corresponden al lugar en donde próximamente el partido espiado va a celebrar un mitin y dos de los temas que (según su criterio) utilizará.

## **Programa electoral**

El programa electoral consta de un total de 20 temas, sobre los cuales cada ciudad tiene una opinión determinada en cada partida, ésta puede ser a favor, en contra o indiferente.

1. Disminución del paro.
2. Ampliación de impuestos.

3. Incorporación a la OTAN.
4. Legalización drogas blandas.
5. Seguridad ciudadana.
6. Televisión privada.
7. Fomento del deporte.
8. Universidad gratuita.
9. Centrales nucleares.
10. Control de contaminación.
11. Mayor presupuesto sanitario.
12. Erradicación terrorismo.
13. Aumento red de autopistas.
14. Fomento del turismo.
15. Creación parques naturales.
16. Eliminación del IVA.
17. Subvencionar agricultura.
18. Protección pesquera.
19. Despido libre.
20. Mayor presupuesto de defensa.

## **Encuesta de opinión**

Efectuando una encuesta se podrá averiguar la postura en cada ciudad sobre dos de los temas del programa electoral.

## **Mitin**

La primera decisión a tomar para efectuar un mitin es determinar en qué ciudad se realizará. En función de su dis-

tancia y partiendo de la última sede utilizada, tendrás el Costo de Transporte.

Según la trascendencia que se quiera dar al acto, se puede contratar la campaña publicitaria en los distintos medios informativos, sus costos serán:

Radio	5.000.000 ptas.
Prensa	10.000.000 ptas.
Vallas	15.000.000 ptas.
Televisión	20.000.000 ptas.

Debe tenerse en cuenta que la difusión del acto será efectuada tanto en caso de clamoroso éxito como de estrepitoso fracaso por lo que deberá decidirse con cierta precaución.

Una vez confirmada la decisión del mitin y su configuración, se procederá a su realización para lo cual se seleccionarán sucesivamente los 5 temas a desarrollar indicando en cada uno de ellos la postura del partido. Tras ello, el público asistente mostrará su entusiasmo, desagrado o indiferencia. El termómetro servirá de indicador de la «temperatura ambiente» a medida que el mitin transcurre.

Cada uno de los temas solamente podrá ser utilizado una vez en cada mitin, tras ello se eliminará de la lista general.

## **Venta de periódico**

Esta opción sólo aparecerá en el menú en el caso de que éste sea propiedad del partido.

## **Jornada inactiva**

Al igual que en la fase preelectoral se dispone de la opción de inactividad del partido.

## **Estrategia**

El objetivo de este juego no es otro que lograr efectuar un cambio en la intencionalidad de voto a favor de tu partido para que, llegado el día de las votaciones, obtener el mayor número posible.

En la primera fase del juego (preelectoral) el partido debe de poner todos los medios para consolidar la mejor estructura posible referente a la creación de sedes y distribución de delegados.

Un buen comienzo puede ser efectuar un SONDEO DE OPINION en cada una de las ciudades a fin de conocer la panorámica general, determinando así en cuáles de ellas existe una mayor parte de ciudadanos indecisos o bien qué partidos son los de mejor posición en cada ciudad.

Tras este paso, deberán ser distribuidos los DELEGADOS por las ciudades de mayor número de indecisos a fin de ser el primero en captarlos y posteriormente, reforzar estas posiciones adquiriendo SEDES.

Con estas gestiones se cubriría un doble objetivo, además de aumentar las intenciones de voto, lograrías un buen número de afiliados y con su cuota, incrementar los fondos del partido. A medida que avancen las semanas pue-

de ser necesario aumentar el capital, utilizando cautelosamente las opciones de financiación, y teniendo presente que un crédito excesivo podría originar problemas de devolución en la fase electoral así como que una insistente utilización del «dinero subterráneo» puede dejarnos fuera de los comicios.

La opción de VER SITUACION puede utilizarse en cualquier momento dado que su costo es nulo y con ella podrán detectarse los cambios producidos por las acciones de los partidos.

Fundar un PERIODICO puede ser de gran utilidad, siempre que dispongas de fondos para otras adquisiciones y una buena experiencia en el juego para efectuar acciones positivas.

En todo momento debe tenerse muy presente que al finalizar la fase preelectoral los fondos del partido deben alcanzar un valor mínimo de unos 100 millones para poder realizar una segunda fase con holgura.

En la fase electoral el objetivo se centrará en convencer a los ciudadanos de lo «buenas» que son tus intenciones a través de la realización de mítines en los que se desarrollarán los temas del programa electoral.

Basándose en los conocimientos de la situación del país, se estudiará el itinerario a seguir para efectuar mítines en aquellas ciudades que aún queden indecisos o en donde se esté mejor considerado.

Una encuesta facilitará datos en cuanto a la opinión de los ciudadanos respecto a los distintos temas a tratar, consiguiendo mayores posibilidades de acierto.

Durante todo el juego debe considerarse como dato muy importante, las acciones realizadas por los partidos adversarios, dado que éstas suelen ser muy eficaces.

Quedan reservados todos los derechos del productor y del propietario del producto. Queda prohibida toda copia, alquiler, préstamo, ejecución pública y radiodifusión del cassette o información impresa asociada. El editor no se hace responsable de errores ni daños provocados por su uso.

**HOBBYPRESS, S.A.**  
**Ctra. Madrid-Irún, km 12,400.**  
**Fuencarral (Madrid).**

## INDICE

### FASE PREELECTORAL

Instrucciones de carga .....	2
Constitución del partido .....	3
Ciudades .....	3
Menú preelectoral .....	4
Ver situación .....	4
Contratar personal .....	4
Compra de sedes .....	6
Financiación .....	6
Sondeo de opinión .....	7
Fundar periódico .....	7
Espionaje político .....	8
Semana inactiva .....	8
Noticias .....	8
Balance .....	8
Save/Load situación actual .....	9
Fin de fase preelectoral .....	9

### FASE ELECTORAL

Instrucciones de carga .....	10
Menú electoral .....	10
Venta de sedes .....	10
Financiación .....	11
Sondeo de opinión .....	11
Espionaje político .....	11
Programa electoral .....	11
Encuesta de opinión .....	12

Mitin .....	12
Venta de periódico .....	13
Jornada inactiva .....	14
ESTRATEGIA .....	14







