



 **AGS** Association of Geotechnical & Geoenvironmental Specialists

# BUSINESS PLAN 2018 / 2019

[www.ags.org.uk](http://www.ags.org.uk)  
[ags@ags.org.uk](mailto:ags@ags.org.uk)  
020 8658 8212

## SUMÁRIO EXECUTIVO

A Association of Geotechnical and Geoenvironmental Specialists – AGS (Associação de Especialistas Geotécnicos e Geoambientais, na tradução literal), é uma associação comercial sem fins lucrativos de negócios geotécnicos e geoambientais.

Os objetivos da Associação são:

- (a) promover e aprimorar práticas seguras e de qualidade na indústria geotécnica e geoambiental;
- (b) proporcionar oportunidades de participação em suas atividades a todos os profissionais envolvidos nos setores da indústria geotécnica e geoambiental;
- (c) beneficiar todos os seus participantes.

A associação não está organizada para fins lucrativos. Nenhuma parte dos ganhos ou ativos da Associação deverá beneficiar os seus membros, nem a própria Associação deverá se comprometer a executar qualquer serviço específico para qualquer pessoa ou entidade comercial.

A AGS, por meio de seus grupos de trabalho e de suas atividades, trabalha para aprimorar o setor geotécnico e geoambiental, promovendo boas práticas e incentivando a inovação. Seus membros estão comprometidos com a segurança e a qualidade e se beneficiam de fazer parte da associação.

Para a AGS manter e melhorar a eficácia no cumprimento de seus objetivos com a indústria e beneficiar seus membros, a AGS desenvolverá atividades, por meio de seu Plano de Marketing, em cinco áreas principais:

1. Manter a eficácia e o foco dos conselhos e das orientações da Associação por meio de seus Grupos de Trabalho.
2. Organizar e fomentar conferências e eventos relacionados aos setores da indústria
3. Vender e estimular as publicações da AGS
4. Elaborar uma revista focada na indústria
5. Gerenciar e promover o formato de dados AGS

Na tentativa de alcançar seus objetivos, a Associação está comprometida com o crescimento de seus membros de empresas reconhecidas pela qualidade da prática que trazem. Reconhece-se que uma base maior de membros proporciona um nível de influência dentro do setor e receitas financeiras que serão usadas para sustentar o plano de negócios.

## **1.0 A Associação**

### **1.1 Introdução**

A AGS foi fundada em 1988.

A equipe de gestão é composta pelos Diretores, pelo Executivo e pela Assembleia. Os Diretores compreendem o Presidente, o Tesoureiro, o Presidente eleito e o Ex-Presidente Imediato, que são os Diretores da Companhia sob os termos da Lei das Empresas de 2006.

O serviço da AGS é realizado por Grupos de Trabalho, cujos líderes são membros da Assembleia. A AGS é gerenciada pelo Administrador / Fórum Corte dos Associados (FCA, da sigla em inglês). Todas as responsabilidades mencionadas acima estão estabelecidas no Estatuto da AGS.

### **1.2 Serviços**

A AGS fornece uma variedade de serviços para seus membros e para a indústria geotécnica e geoambiental como um todo. Isso inclui os resultados de seus grupos de trabalho, que atualmente incluem:

- Geotecnia (GWG)
- Áreas contaminadas (CLWG)
- Prevenção de perdas (LPWG)
- Gerenciamento de dados (DMWG)
- Laboratórios (LWG)
- Segurança (SWG)
- Prática comercial (BPWG)

A AGS administra o formato de dados AGS, que é um protocolo para o compartilhamento de dados eletrônicos de investigações do terreno em todo o Reino Unido e no exterior. A AGS também organiza seminários e conferências, incluindo o Dia Anual dos Membros e publica uma revista AGS a cada dois meses.

### **1.3 O Mercado**

A indústria geotécnica e geoambiental está crescendo a um ritmo constante, tendo experimentado uma certa contração nos últimos anos. Existem oportunidades no mercado para os membros da Associação que prestam um serviço de qualidade.

Existem várias outras Associações Comerciais no mercado, no entanto, a AGS é única em abranger uma ampla proporção das disciplinas geotécnicas e geoambientais e seus profissionais participantes.

### **1.4 Considerações Financeiras**

A Associação pretende continuar sendo o principal órgão comercial de geotecnia e engenharia geoambiental no Reino Unido. Na tentativa de atingir esse objetivo, estamos comprometidos com

o crescimento de nossos membros, provenientes de empresas reconhecidas pela qualidade da prática que trazem. Uma base maior de membros fornece um nível de influência dentro do setor e receitas que serão usadas para promover boas práticas.

A associação não está organizada para fins lucrativos. Nenhuma parte dos ganhos ou ativos da Associação deverá beneficiar os seus membros, nem a própria Associação deverá se comprometer a executar qualquer serviço específico para qualquer pessoa ou entidade comercial.

## **1.5 Objetivos**

1. 15 novos membros até 2020
2. Aumentar a participação do formato de arquivo AGS entre os membros para 100, até 2020
3. Margem de rendimento anual superior a 2,0% para apoiar as principais atividades da AGS.

## **1.6 Missão**

A Associação concentra esforços em:

- (a) promover e aprimorar práticas seguras e de qualidade na indústria geotécnica e geoambiental;
- (b) proporcionar oportunidades de participação em suas atividades a todos os profissionais envolvidos nos setores da indústria geotécnica e geoambiental;
- (c) beneficiar todos os seus participantes.

## **2.0 Sumário**

### **2.1 Geral**

A AGS é a única Associação Comercial do Reino Unido para negócios geotécnicos e geoambientais, desde 1988. Nosso foco é melhorar e aprimorar o clima comercial geotécnico e geoambiental no Reino Unido por:

1. Promoção de boas práticas em relação a qualidade, saúde e segurança,
2. Fornecer comentários atualizados sobre questões do setor
3. Ajudar as empresas a aprimorar seus conhecimentos sobre um mercado complexo.

### **2.2 Entidade Legal**

A Association of Geotechnical and Geoenvironmental Specialists (AGS) é uma organização sem fins lucrativos. Foi constituída em 8 de julho de 1991 como uma Private Limited Company (empresa privada de capital limitado), uso de isenção “limitada”, número de registro 02627358.

### **2.3 Histórico da Associação**

A Associação foi fundada em 1988 como um órgão comercial que pudesse representar empreiteiros, consultores, clientes e outros fornecedores que operavam nos setores geotécnico e/ou geoambiental no Reino Unido. O nome foi escolhido deliberadamente para indicar que a Associação representava toda a gama de interesses operacionais das empresas desse setor.

## **2.4 Estrutura, Localizações e Facilidades**

Desde a sua criação, a AGS tem sido gerenciada por um Administrador. Inicialmente, isso incluía uma ou duas pessoas que se reportavam ao Presidente da AGS, mas agora são membros do *Fórum Court Associates* (FCA). Uma revisão ampla da organização e da função dos administradores da AGS foi realizada em 2016 e a associação é atualmente gerenciada usando a seguinte estrutura:

- Administradores (Diretores da AGS com um deles o Presidente, past-Presidente, Tesoureiro e Presidente eleito).
- Executivo (composto pelos Administradores e pela FCA).
- Conselho (composto por Administradores, FCA, líderes do grupo de trabalho e membros eleitos).
- Administrador (FCA).

A Associação não possui estabelecimento ou escritório central e utiliza salas de reunião em vários locais em Londres.

Para facilitar o transporte, a maioria dos negócios da Associação (em termos de reuniões) sempre foi organizada em Londres.

## **3.0 Serviços e Benefícios**

### **3.1 Principais benefícios e atividades**

Benefícios e atividades da AGS:

1. Dia anual dos membros
2. Formato de Dados AGS
3. Diretrizes de Saúde e Segurança
4. Alertas de Prevenção de Perdas
5. Diretrizes para Prevenção de Perdas
6. Representação em outros órgãos, como Ground Forum, SiLC, SoBRA, BDA
7. Representação em comitês de normas e outros órgãos técnicos
8. Acesso gratuito à Revista AGS
9. Acesso a seminários
10. Linha Direta de Assistência Química Gratuita
11. Linha de Apoio Jurídica gratuita

### **3.2 Descrição do Serviço**

Os serviços que a AGS fornece a seus membros são na forma de benefícios, incluindo acesso a informações e eventos relacionados ao setor, frequentemente com taxas de desconto. Grande parte do trabalho e da produção da AGS é por meio de sua equipe de liderança, que representa a AGS em outros comitês e nos Grupos de Trabalho.

Estes são detalhados abaixo.

### **3.2.1 Direitos do Filiado**

- Publicações AGS para atender às necessidades da indústria - grátis ou com desconto para os Membros
- A oportunidade de interagir e contribuir com cada um dos sete grupos de trabalho da AGS
- Seminários AGS sobre temas atuais - gratuitos ou com desconto para Membros
- Seminário bianual e revisão anual do formato de transferência eletrônica de dados geotécnicos AGS
- Revista AGS com artigos e comentários diretamente relacionados aos interesses do Membro
- Entrada no diretório de membros da AGS

### **3.2.2 Membro de associação proativa**

- atende às necessidades dos profissionais de qualidade em geotecnia e geoambiental, de modo a proporcionar-lhes uma vantagem competitiva
- interage com organizações de seguros e clientes para obter melhor gerenciamento dos riscos do projeto
- promove um programa de prevenção de perdas para maximizar a proteção aos membros
- busca proteger a integridade de especialistas geotécnicos e geoambientais

### **3.2.3 Membro de uma organização representativa**

- Fornece uma voz no “*Ground Forum*”, o órgão que representa os principais participantes do setor Geotécnico e Geoambiental na Inglaterra.
- Fornece os meios para realizar *lobby* perante o Governo e o Fórum dos Clientes da Construção por meio do Fórum e do Conselho da Indústria da Construção (CIC)

### **3.2.4 Benefícios para Afiliados**

- Aumentar o perfil da organização e de seu setor na comunidade geotécnica e geoambiental
- Demonstrar a intenção da organização de estabelecer fortes relacionamentos com seus fornecedores
- Ajudar a Associação a abordar questões relevantes para a organização de seu setor
- Ter acesso a muitos dos benefícios dos associados listados acima

## **3.3 Desempenho**

O Grupo de Trabalho sobre Práticas Comerciais (GTPC), com assistência do Administrador, monitorará os serviços e benefícios da Associação. Todos os assuntos discutidos no GTPC serão discutidos pelo Conselho, quando decisões ou acordos forem

necessários.

O GTPC também acordará um Plano de Marketing com os Associados do Tribunal do Fórum, que será apresentado ao Conselho para discussão e aprovação. O Plano de Marketing incluirá áreas em que a Associação terá como objetivo o crescimento e como cumprirá suas metas e objetivos, mantendo os serviços e benefícios para os membros.

## **4.0 Resumo da Análise de Mercado**

### **4.1 Comentários Gerais**

Poucos dados foram compilados e publicados sobre o número de organizações envolvidas no mercado geotécnico e geoambiental do Reino Unido. Algumas informações estão disponíveis no Arquivo de Serviços Geotécnicos, que é compilado anualmente pela revista *Ground Engineering*, mas isso não é de forma alguma completo e as informações não são avaliadas e fornecidas apenas de forma voluntária. Estima-se que existam entre 300 e 500 organizações envolvidas no setor.

Atualmente, o número de membros da AGS compreende 132 no total, dos quais 12 são afiliados e 5 são membros honorários. A AGS representa principalmente Consultores e Empreiteiras (*contractors*), mas também possui alguns membros Clientes.

Os membros afiliados compreendem organizações que prestam um serviço direto aos membros e incluem escritórios de advocacia, desenvolvedores de software, provedores de treinamento e fornecedores especializados

### **4.2 Segmentação do Mercado**

#### **4.2.1 Comentários Históricos**

No início, a Associação foi criada para incorporar especialistas das principais disciplinas geotécnicas dos setores da indústria. A maior parte dos membros anteriores compreendia organizações de consultoria em disciplinas geotécnicas e um pequeno número de grandes empresas contratantes (empreiteiras) que forneciam serviços e consultoria especializados.

À medida que a especialidade geoambiental cresceu dentro do mercado, os membros da AGS também cresceram naturalmente nessa direção e a Associação mudou seu nome para refletir essa inclusão. Em um momento semelhante, também aumentou o número de membros de empreiteiras.

O AGS possui dois bancos de dados que podem ser usados para análise: a lista de membros e a lista de Usuários de Dados do AGS. Para avaliar a segmentação do mercado, esses bancos de dados foram analisados para estabelecer a principal atividade das organizações e o principal setor em que atuam.

## 4.2.2 Principais Atividades

Embora alguns membros sejam multidisciplinares, a atividade principal para este banco de dados pode ser dividida nas seguintes categorias:

- Consultores geotécnicos
- Consultores Geoambientais
- Empreiteiros geotécnicos
- Empreiteiro Geoambiental
- Laboratórios geotécnicos
- Laboratórios Geoambientais
- Cliente
- Afiliado

A Figura 2, no Apêndice, fornece detalhes das principais atividades dos membros da AGS e das atividades das organizações pertencentes ao Banco de Dados de Usuários da AGS.

Os dados indicam que os consultores representam 60% da associação atual, com empreiteiros representando 30%, laboratórios 5% e afiliados 10%. A análise dos usuários de dados da AGS mostra uma porcentagem maior de laboratórios em 11% e as organizações no exterior representam 19%.

## 4.2.3 Setores

Os setores de mercado representados pelas duas bases de dados se enquadram em cinco áreas principais:

- Multidisciplinar - opera em vários setores em áreas geotécnicas / geoambientais
- Investigação no solo
- Estaqueamento e fundações
- Construção
- Mineração e pedreiras

A Figura 3 no apêndice indica os setores em que membros do AGS e usuários de dados do AGS operam.

A análise dos dados de ambos os bancos de dados indica uma divisão muito semelhante dos setores nos quais as organizações operam, com exceção das organizações de mineração e pedreira, que usam dados AGS enquanto não são membros.

## 4.3 Estratégia do Segmento - Mercado Alvo

### 4.3.1 Comentários Gerais

Embora pareça que a AGS represente principalmente o setor de investigação de solo, os membros consultores multidisciplinares também operam em muitos outros setores



relacionados a geotécnica e geoambiental.

Embora não haja concorrentes diretos, existem outras associações comerciais que podem solicitar nossos membros e serem possíveis clientes.

- Federação de Especialistas em Empilhamento
- Sociedade Britânica de Geomembranas
- Sociedade de Praticantes de Remediação
- Associação de Engenheiros Consultores
- Associação de Bombeamento de Fonte de Calor Subterrânea
- Associação Britânica de Perfuração

A lista não inclui organismos, como o Instituto de Engenheiros Civis, a Sociedade Geotécnica Britânica, a Sociedade Geológica de Londres, pois esses membros são membros individuais e não são Associações Comerciais.

A AGS deve estabelecer-se como a Associação Comercial líder que cuida das necessidades da indústria como um todo, fornecendo orientação técnica, orientação ambiental e de segurança e fazendo *lobby* sobre as causas da indústria. Esses são os benefícios oferecidos pela AGS que devem se tornar os motivadores para novas filiações, com base na escolha.

O Plano de Marketing deve abordar como a Associação se envolverá com as organizações para aumentar a conscientização sobre seus benefícios e atividades. Isso incluirá o uso de várias plataformas de mídia, incluindo mídias sociais, revistas, Facebook, LinkedIn, Twitter, o site da AGS, email e participação em conferências e seminários.

#### **4.3.2 Tendências do Mercado**

Um aspecto importante da prestação de serviço com base profissional e técnica para a indústria geotécnica e geoambiental é que as organizações devem ter muito cuidado para manter a conformidade com os requisitos de saúde, segurança e meio ambiente e com requisitos técnicos.

Os padrões e orientações técnicas e de segurança mudam com frequência e a AGS está em uma posição única para poder manter o setor atualizado. Isso é feito através da participação ativa em comitês e do trabalho dos grupos de trabalho.

#### **4.3.3 Crescimento do Mercado**

A experiência passada mostrou que muitas empresas do setor relutam em ingressar na AGS por conta própria e a Associação precisa destacar os fatores que motivam a associação.

Os principais fatores para a associação são, normalmente;

- obter status e competência profissional
- acesso a orientações relacionadas ao setor
- networking com colegas do setor
- acesso a benefícios
- envolvimento em assuntos relacionados à indústria
- demonstrar o desejo de entregar projetos de qualidade por membros de uma organização comercial de qualidade
- acesso ao formato de dados AGS
- manter-se atualizado com a legislação, normas, orientações etc.

A filiação à Associação atualmente não é “obrigatória” e, portanto, é uma decisão comercial das empresas associar-se ou manter positivamente a associação. Outros fatores determinantes são requisitos para mostrar associação a órgãos e associações profissionais em questionários de pré-qualificação e, às vezes, para fins de seguro. A Associação deve se envolver com todas as partes interessadas do setor, garantir que os benefícios de ser membro sejam claros e mais visíveis e desenvolver uma estratégia de marketing robusta para gerar novos membros.

O banco de dados de usuários de dados do AGS indica que há atualmente um número de usuários que se beneficiam dos serviços fornecidos pelo AGS, mas não são membros no momento. As listas devem ser consolidadas e os não membros contatados para oferecer-lhes tornarem associados.

O número de membros médios está diminuindo devido a fusões e aquisições. O crescimento futuro dos membros exigirá atrair as organizações menores, além de manter as grandes organizações mescladas. Isso também exigirá uma reavaliação da estrutura de taxas para se manter alinhado com as mudanças nas estruturas de mercado e de negócios.

## **5.0 Resumo da estratégia e implementação**

### **5.1 Comentários Gerais**

A Associação se concentrará em quatro principais fluxos de renda:

1. Assinaturas de membros
2. Seminários e eventos (que incluem o Dia Anual dos Membros),
3. Publicações (incluindo a revista AGS)
4. Assinaturas de registro de formato de dados

Outras receitas podem vir de downloads de documentos já mantidos no site da AGS e taxas de royalties de outros documentos publicados, como a *UK Specification for Ground Investigation*.

## **5.2 Estratégia Piramidal**

A principal estratégia é o crescimento do número de membros. Uma grande base de membros (e interesse) fornece a receita (tanto maior será o potencial de receita quando profissionais e estudantes mais jovens ingressam em empresas, que são ou têm potencial para se tornar membros da AGS), a partir de quotas e também posiciona a AGS como representante de ambos os estudantes e profissionais da indústria geotécnica e geoambiental. As iniciativas para aumentar a associação são:

1. Engajamento com estudantes e graduados
2. Criando valor de associação e benefícios tangíveis para incentivar os membros em potencial a ingressarem
3. Aumentando a conscientização sobre a AGS e o valor da associação.

Os programas para apoiar essas iniciativas devem ser desenvolvidos no Plano de Marketing e incluem:

1. Divulgar os objetivos da AGS para estudantes e graduados
2. Tornar o evento do Dia Anual do Associado acessível a todos
3. Continuar fornecendo orientação sobre questões de ponta da indústria
4. Organizar e realizar seminários curtos em todo o Reino Unido
5. Garantir que a revista AGS seja distribuída o mais amplamente possível

## **5.3 Proposição de Valor**

Os membros da AGS operam com acesso ao conhecimento e à experiência de muitas empresas, adquiridas ao longo de muitos anos, em vez de tentativa e erro. A oportunidade de interagir com colegas, bem como com líderes da indústria e do governo, fornece um valor muito superior ao custo da associação. Isso ajuda a fornecer liderança de pensamento e valor, que está na vanguarda da indústria.

Os membros da AGS podem compartilhar o amplo conjunto de conhecimentos que os membros dos vários grupos de trabalho da AGS trazem para uma série de questões atuais do setor.

## **5.4 Vantagem Competitiva**

Lidar com uma mistura de proprietários de pequenas empresas altamente independentes e de grandes empresas exige uma apresentação variada do valor da associação para incentivar as empresas em potencial a gastar seu tempo e dinheiro com a AGS.

Uma combinação de apresentações diretas / conversas, boca a boca, evento do Dia do Membro e publicações, acompanhadas de materiais de apresentação que demonstrem claramente o valor da associação, serão usados para alcançar e envolver-se com

possíveis membros.

Aumentar o número de grupos de trabalho para cobrir todos os aspectos da indústria permitirá que mais membros participem de mais reuniões. A mudança na composição do Conselho e a elegibilidade dos membros para ingressar em todos os níveis de experiência também permitirão maior acesso ao “trabalho” da AGS. Isso criará companheirismo e confiança entre empresas concorrentes para elevar os padrões de todo o setor. Além disso, a ambição de longo prazo de atualizar o boletim com periodicidade para publicação mensal, juntamente com apresentações para instituições acadêmicas, melhorará o fluxo de informações críticas e aumentará a conscientização sobre os benefícios da associação.

## **5.5 Estratégia de Marketing**

### **5.5.1 Geral**

O Plano de Marketing será desenvolvido pelo Executivo com os Associados do Tribunal do Fórum e apresentado ao Conselho, para discussão e aprovação. O Plano de Marketing não deve apenas atender ao requisito de aumentar a associação, mas também iniciativas para fortalecer o envolvimento da Associação com todas as partes interessadas dentro e fora do setor.

### **5.5.2 Materiais de Marketing**

A AGS desenvolveu um folheto da organização para explicar os benefícios da associação a possíveis membros e afiliados. Também há uma apresentação em Power Point sobre os benefícios de ser membro da AGS.

Reconhece-se que as garantias de marketing precisam ser aprimoradas e mídias e tecnologias alternativas estão sendo investigadas, incluindo apresentações, vídeos, publicações, conteúdo de sites interativos e mídias sociais.

## **6.0 Estratégia Financeira**

### **6.1 Comentários Gerais**

Qualquer crescimento e atividades em andamento serão financiados por meio de fluxo de caixa ou uso estratégico de reservas. Nenhum empréstimo é planejado ou considerado necessário.

A responsabilidade pela estratégia financeira e o uso de fundos será do Executivo, que se reportará ao Conselho.

O superávit e o déficit projetados são mostrados no gráfico, a seguir. Após um déficit de 2.477 libras em 2017, um superávit previsto em 2018 de 2.725 libras, prevê-se um excedente de 3.084 libras em 2019 e 4.924 libras em 2020.

Nossas reservas atuais para o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2017 eram de £ 53.319. Estamos assumindo que eles crescerão conservadoramente entre 2019 e 2020, após uma queda em 2018, de volta a um nível semelhante.

## **6.2 Premissas Importantes**

Notas para a receita 2019-2020:

1. Historicamente, mais de 90% da receita provém de assinaturas, com seminários ocasionalmente contribuindo com aproximadamente 10%. Estamos assumindo que a receita de assinaturas aumentará modestamente de £ 69.399 em 2017 para £ 78.000 em 2020.
2. O Dia dos Membros se tornará a Conferência Anual da AGS, mas permanecerá livre (de pagamento de inscrição) para os membros.
3. A renda do seminário aumentará para permitir que a Conferência Anual permaneça livre e para que as iniciativas da AGS sejam financiadas quando necessário.
4. 40% do excedente de seminários / eventos será compartilhado com os associados do Tribunal do Fórum.

A Figura 4 do apêndice fornece o desempenho financeiro projetado.

## **6.3 Fluxo de Caixa**

O fluxo de caixa continuará em grande parte dependente do retorno das assinaturas de membros. Devido à quantidade de caixa mantida em título e no banco, o fluxo de caixa não é considerado um aspecto crucial na operação de curto prazo da Associação.

A Tabela 1 do apêndice fornece um resumo completo do superávit / déficit projetado para os últimos dois anos e os próximos dois anos.

-----  
Tradução: João Paulo Monticelli

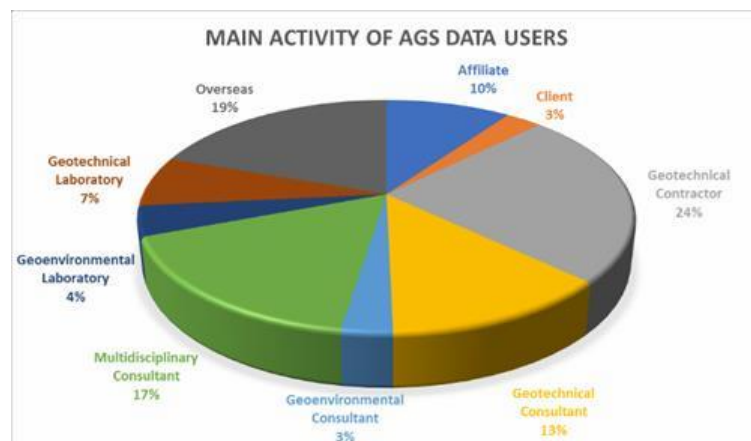
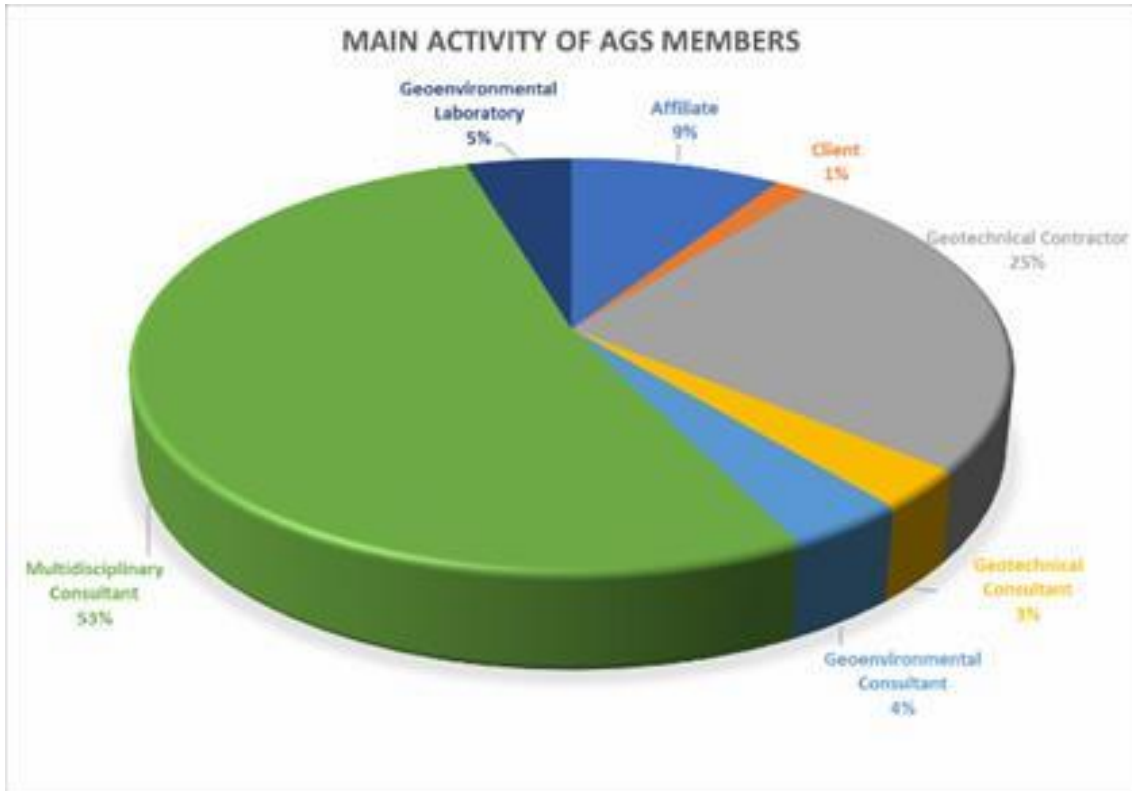
Revisão: Giuliano De Mio e João Jeronimo Monticelli

**Anexo A**  
**Figuras e Tabelas Suplementares**

Figura 1: Performance financeira dos últimos três anos



Figura 2: Principais atividades dos membros da AGS e usuários dos dados AGS.

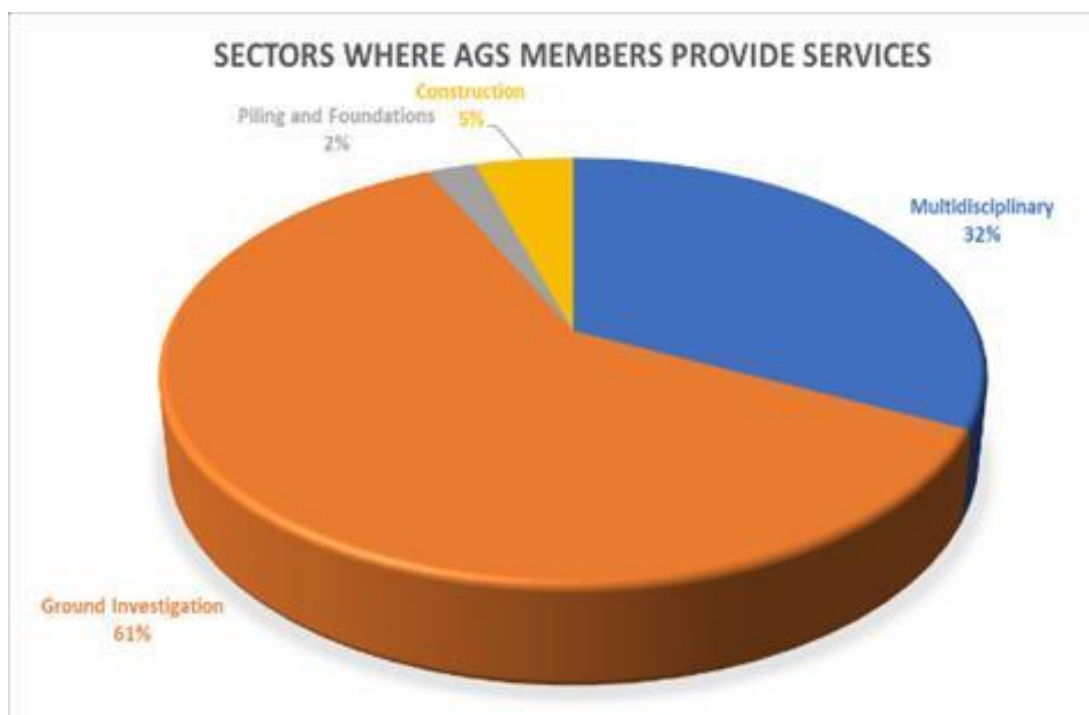


**Notas:**

Os consultores multidisciplinares fornecem serviços de consultoria geotécnica e geoambiental. Alguns empreiteiros geotécnicos também operam laboratórios geotécnicos e / ou geoambientais que não estão registrados acima.

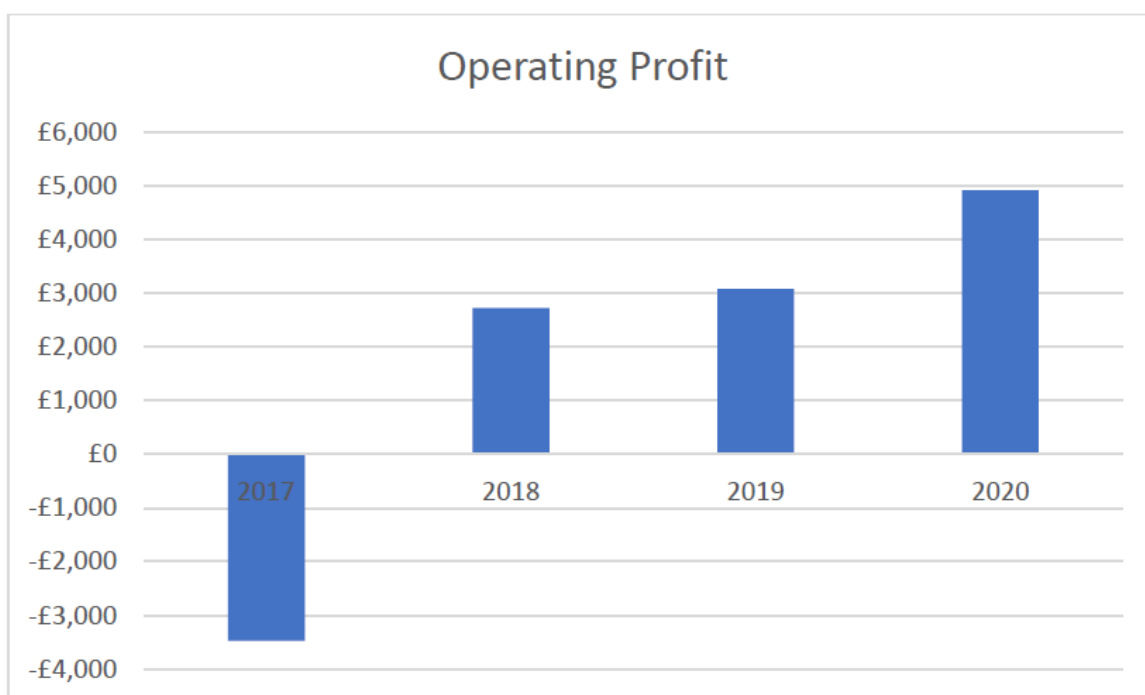


Figura 3: Setores onde os membros da AGS e usuários dos dados AGS fornecem serviços



Nota: As organizações que prestam serviços multidisciplinares cobrem mais de um setor representado acima

Figura 4 Performance financeira prevista (projetada)



**Table 1: Surplus and Deficit Forecast for the next three years**

| Account  | 2017 Actual       | 2018 Actual<br>(Predicted) | Proposed 2019<br>budget | Proposed 2020 budget |
|--|-------------------|----------------------------|-------------------------|----------------------|
| <b>Turnover</b>                                |                   |                            |                         |                      |
| Application fees                               | 527.00            | 265.00                     | 400.00                  | 400.00               |
| Bank Interest                                  | 359.00            | 330.00                     | 330.00                  | 330.00               |
| Data format registration                       | 1,420.00          | 4,940.00                   | 4,500.00                | 4,500.00             |
| Revision of Yellow Book                        | 1,392.00          | 0.00                       | 0.00                    | 0.00                 |
| Event 1 income                                 | 18,360.00         | 11,229.00                  | 11,500.00               | 12,000.00            |
| Event 2 income                                 | 0.00              | 0.00                       | 11,500.00               | 12,000.00            |
| Event 3 income                                 | 0.00              | 0.00                       | 0.00                    | 10,000.00            |
| Event surplus                                  | 0.00              | 0.00                       | 0.00                    | 0.00                 |
| Members' Day / Annual Conference Income        | 7,520.00          | 10,575.00                  | 11,000.00               | 11,500.00            |
| Magazine                                       | 0.00              | 708.00                     | 1,000.00                | 1,500.00             |
| Publications                                   | 10.00             | 170.00                     | 500.00                  | 500.00               |
| Subscriptions                                  | 69,399.00         | 73,295.00                  | 78,000.00               | 81,000.00            |
| <b>Total Turnover</b>                          | <b>98,987.00</b>  | <b>101,512.00</b>          | <b>118,730.00</b>       | <b>133,730.00</b>    |
| <b>Administrative Costs</b>                    |                   |                            |                         |                      |
| Administrator Fee                              | 49,368.00         | 49,368.00                  | 51,000.00               | 51,000.00            |
| 40% of event surplus to Forum Court Associates | 0.00              | 1,735.20                   | 3,200.00                | 4,400.00             |
| AGS Initiatives                                | 2,634.00          | 0.00                       | 2,000.00                | 3,000.00             |
| Audit  | 1,150.00          | 1,230.00                   | 1,400.00                | 1,550.00             |
| Bad Debt                                       | 0.00              | 1,500.00                   | 0.00                    | 0.00                 |
| Bank Charges                                   | 109.00            | 120.00                     | 150.00                  | 150.00               |
| CIC/ Ground Forum Subs                         | 1,043.00          | 1,100.00                   | 1,155.00                | 1,215.00             |
| Insurance (including events insurance)         | 343.00            | 535.00                     | 1,000.00                | 1,000.00             |
| Website hosting / internet                     | 249.00            | 320.00                     | 400.00                  | 400.00               |
| Website  | 6,135.00          | 2,500.00                   | 2,500.00                | 2,500.00             |
| Dropbox  | 0.00              | 215.00                     | 250.00                  | 250.00               |
| Meetings and Travel                            | 7,434.00          | 9,000.00                   | 9,000.00                | 10,000.00            |
| Members' Day / Annual Conference               | 9,977.00          | 12,400.00                  | 13,000.00               | 13,500.00            |
| Rankine Dinner                                 | 900.00            | 900.00                     | 1,000.00                | 1,000.00             |
| Miscellaneous                                  | 19.00             | 0.00                       | 500.00                  | 500.00               |
| Magazine                                       | 1,447.00          | 3,775.00                   | 6,000.00                | 6,000.00             |
| Office Admin Expenditure                       | 2,906.00          | 3,000.00                   | 3,000.00                | 3,000.00             |
| Paypal charges                                 | 14.00             | 15.00                      | 40.50                   | 40.50                |
| SiLC   | 0.00              | 2,000.00                   | 0.00                    | 0.00                 |
| Publicity / marketing                          | 78.00             | 552.00                     | 2,500.00                | 3,000.00             |
| Seminar 1 Expenditure                          | 11,543.00         | 6,891.00                   | 8,000.00                | 8,000.00             |
| Seminar 2 Expenditure                          | 0.00              | 0.00                       | 7,000.00                | 7,500.00             |
| Seminar 3 Expenditure                          | 0.00              | 0.00                       | 0.00                    | 7,500.00             |
| Exhibitions                                    | 0.00              | 95.00                      | 500.00                  | 750.00               |
| Data Transfer / Electronic Format              | 4,115.00          | 0.00                       | 0.00                    | 0.00                 |
| Loss Prevention Working Group                  | 2,000.00          | 0.00                       | 0.00                    | 0.00                 |
| Data Protection Registration (ICO)             | 0.00              | 35.00                      | 50.00                   | 50.00                |
| Support of EC7/ Bsi Committees                 | 1,000.00          | 1,500.00                   | 2,000.00                | 2,500.00             |
| <b>Total Administrative Costs</b>              | <b>102,464.00</b> | <b>98,786.20</b>           | <b>115,645.50</b>       | <b>128,805.50</b>    |
| <b>Operating Surplus</b>                       | <b>(3,477.00)</b> | <b>2,725.80</b>            | <b>3,084.50</b>         | <b>4,924.50</b>      |