



CRI™ · VOLUME 0 · CENTRAL DE RELACIONAMENTO E INTELIGÊNCIA

CRI™

A Constituição da CRI™

A alma, os mandamentos, o padrão de conduta e os termos que regem toda implantação.

GESTÃO · LIDERANÇA · PROSPERIDADE

Documento oficial do método CRI™

Edição Executiva · GLP 360°

CRI

A Constituição da CRI™

A alma, os mandamentos, o padrão de conduta e os termos que regem toda implantação. Este volume possui 14 seções.

SEÇÃO 01

Apresentação

SOBRE ESTE DOCUMENTO A Constituição da CRI™ é o documento fundacional do sistema. Não é um treinamento. Não é ...

SEÇÃO 02

O Problema que Não Podia Continuar

O mercado brasileiro de GLP viveu décadas concentrado em uma única pergunta: quanto eu consigo vender hoje? Po...

SEÇÃO 03

A Origem

Por Nilson Cabral — Fundador e CEO, GLP Energy 360° Há alguns anos, percebi algo que mudaria para sempre a for...

SEÇÃO 04

A Inteligência que Transforma Clientes em Ativos

A CRI™ — Central de Relacionamento e Inteligência — é o sistema oficial da GLP Energy 360° responsável por tra...

SEÇÃO 05

Os 5 Pilares da CRI™

...

SEÇÃO 06

OS 12 MANDAMENTOS

Os princípios inegociáveis que regem toda a operação da CRI™ Estes não são sugestões. Não são diretrizes. Não ...

SEÇÃO 07

O PADRÃO DE CONDUTA

Como um membro da CRI™ age nas situações que definem caráter Método sem conduta é protocolo vazio. A CRI™ é fe...

SEÇÃO 08

Diante de um Erro Próprio

Você errou. O cliente ficou sem contato no prazo. O registro está incompleto. O POP não foi seguido.
□ Não é: ...

SEÇÃO 09

Diante de um Cliente Difícil

O cliente está bravo. Reclama do prazo, do atendimento, do preço. Fala alto. Ameaça ir para a concorrência. □ ...

SEÇÃO 10

Diante de um Colega que Não Segue o Método

Você percebe que um colega está pulando etapas, não registrando na F.A.R.™ ou executando de forma diferente do...

SEÇÃO 11

Diante de um Dado Sensível

Você tem acesso a dados de clientes, relatórios, campanhas e estratégias confidenciais. ☐ Não é: Compartilhar ...

SEÇÃO 12

Diante de uma Conquista da Equipe

A equipe bateu a meta. O ISB™ subiu. Um inativo foi reativado. Um cliente Premium foi retido. ☐ Não é: Atribui...

SEÇÃO 13

TERMOS E POLÍTICAS

Os instrumentos que protegem a operação, os dados e o patrimônio Esta seção apresenta os quatro instrumentos j...

SEÇÃO 14

JURAMENTO DA CRI™

"Eu compreendo que cada cliente representa anos de receita futura e que o meu trabalho impacta diretamente a s...

CONVENÇÕES DESTE DOCUMENTO

Caixas escuras trazem **princípios e teses oficiais** da CRI™. Tabelas reproduzem as matrizes originais do método. Siglas com ™ são ativos metodológicos da GLP 360°.

01

VOLUME 0

Fundamentos

Seções 01 a 05 deste volume.

01 Apresentação

SOBRE ESTE DOCUMENTO

A Constituição da CRI™ é o documento fundacional do sistema. Não é um treinamento. Não é um manual de processos. É a declaração do que a CRI™ acredita, como opera e quais princípios nunca negocia.

Este documento é entregue antes de qualquer módulo de treinamento. É lido no Dia 1 de cada implantação. É assinado por todo colaborador que ingressa na CRI™.

Quem não concorda com o que está escrito aqui não pertence à CRI™.

SEÇÃO I

A DECLARAÇÃO

O que a CRI™ acredita e por que existe

02 O Problema que Não Podia Continuar

O mercado brasileiro de GLP viveu décadas concentrado em uma única pergunta: quanto eu consigo vender hoje?

Poucos perguntaram: quantos dos meus clientes de ontem ainda estarão aqui amanhã?

Enquanto as revendas contavam botijões, os clientes saíram em silêncio. Sem aviso. Sem reclamação. Sem despedida. Foram para o concorrente que simplesmente chegou primeiro.

Não porque o concorrente era melhor. Porque estava presente.

O MERCADO NÃO MEDIA

O RESULTADO ERA SEMPRE O MESMO

— Evasão — Frequência de compra —
Comportamento do cliente — Sinais de
abandono — Experiência pós-entrega

— Clientes migrando para concorrentes — Redução
de market share — Perda de faturamento
recorrente — Custo de aquisição crescendo

— Qualidade do cadastro

— Crescimento dependem de novas vendas

03 A Origem

Por Nilson Cabral — Fundador e CEO, GLP Energy 360° Há alguns anos, percebi algo que mudaria para sempre a forma como eu enxergava o mercado de GLP. Existiam clientes que confiavam no nosso trabalho. Compravam regularmente, raramente pediam desconto e ainda indicavam novos clientes.

Foi então que compreendi uma das maiores verdades de qualquer negócio:

“É mais rentável, lucrativo e sustentável manter um cliente do que

conquistar um novo.”

Enquanto muitas revendas concentravam seus esforços apenas em vender mais, eu comecei a estudar relacionamento. Entendi que quando uma empresa entrega qualidade, respeito e cumpre o prazo prometido, o cliente volta. E quando ele volta, o negócio cresce de forma mais saudável e lucrativa.

Fui entregador por estratégia — seis meses na rua para entender o que nenhum gestor enxerga do escritório. Procurei quem pudesse me ajudar a estruturar o que estava vendo. Não encontrei. Decidi ser essa pessoa.

Foi assim que nasceu a CRI™. Uma estrutura criada para transformar relacionamento em resultado.

Nilson Cabral

Fundador e CEO — GLP Energy 360° | Criador da CRI™ GLP Energy 360° | Gestão | Liderança | Prosperidade Documento fundacional — assinado no Dia 1 SEÇÃO II

O QUE É A CRI™

Mais do que um departamento. Mais do que um CRM.

04 A Inteligência que Transforma Clientes em Ativos

A CRI™ — Central de Relacionamento e Inteligência — é o sistema oficial da GLP Energy 360° responsável por transformar dados em relacionamento, relacionamento em retenção e retenção em crescimento sustentável.

A CRI™ NÃO É	A CRI™ É
— Apenas um departamento — Apenas uma equipe de atendimento — Um software	— Uma estrutura estratégica completa — Uma cultura operacional permanente — Um sistema com método,

A CRI™ NÃO É	A CRI™ É
de CRM — Uma iniciativa temporária — Responsabilidade de uma só pessoa	processo e inteligência — A camada que transforma dados em decisão — Responsabilidade de toda a liderança

05 Os 5 Pilares da CRI™

CONHECER	Entender profundamente cada cliente e seu comportamento de consumo.
RELACIONAR	Criar conexões verdadeiras e gerar valor em cada ponto de contato.
FIDELIZAR	Construir lealdade e preferência pela sua revenda ao longo do tempo.

RECUPERAR	Trazer de volta clientes que se afastaram — com método, não com promoção.
EXPANDIR	Aumentar participação, ticket médio e presença na vida do cliente.

VOLUME 0

Desenvolvimento

Seções 06 a 10 deste volume.

06 OS 12 MANDAMENTOS

Os princípios inegociáveis que regem toda a operação da CRI™ Estes não são sugestões. Não são diretrizes. Não dependem de humor, de carga de trabalho ou de quem está olhando.

São os 12 mandamentos que definem o que é trabalhar na CRI™.

01	Toda informação deve gerar ação.
Toda informação deve gerar ação. Quando violado: Dado sem ação é ruído. Na CRI™, cada informação coletada — uma frequência, uma reclamação, um silêncio — precisa provocar uma resposta. Registrar sem agir é o mesmo que não registrar.	
02	Todo cliente deve possuir histórico.
Todo cliente deve possuir histórico. Quando violado: Um cliente sem histórico é um estranho. Com histórico, é uma oportunidade. O cadastro completo e atualizado é o primeiro ato de respeito com o cliente — e o primeiro requisito para qualquer relação verdadeira.	
03	Toda perda deve possuir causa.
Toda perda deve possuir causa. Quando violado: Cancelamento sem classificação é perda duas vezes: o cliente foi embora e o aprendizado também. Cada saída é uma informação que o sistema precisa processar para que o mesmo erro não se repita.	
04	Todo indicador deve possuir responsável.
Todo indicador deve possuir responsável. Quando violado: KPI sem dono é informação. KPI com dono é compromisso. Na CRI™, cada indicador tem um	

cargo específico que responde pelo resultado — e que é cobrado com clareza e regularidade.

05	Toda atividade deve possuir evidência.
Toda atividade deve possuir evidência. Quando violado: Na CRI™ não existe 'eu fiz'. Existe registro, relatório, dashboard e F.A.R.™ atualizado. O que não tem evidência não foi feito — independente de quantas vezes a pessoa jurar que fez.	
06	Toda decisão deve possuir dono.
Toda decisão deve possuir dono. Quando violado: Nenhuma situação fica sem resolução por falta de dono. O sistema de escalada existe exatamente para isso: garantir que toda decisão — operacional ou estratégica — chegue à pessoa certa no prazo certo.	
07	Todo problema deve possuir escalada.
Todo problema deve possuir escalada. Quando violado: Não existe problema grande demais para o analista ou pequeno demais para o Diretor. Existe o nível correto de resolução. Cada colaborador conhece até onde vai sua autoridade — e sabe exatamente para quem escalar o que está além.	
08	Todo cancelamento deve gerar aprendizado.
Todo cancelamento deve gerar aprendizado. Quando violado: Nenhum cancelamento é apenas uma perda. É um dado. Uma história. Um	

09	Todo dado deve ser protegido.
Todo dado deve ser protegido. Quando violado: A carteira de clientes é o principal ativo estratégico da empresa. Não pertence ao colaborador. Pertence à organização. Todo acesso, toda exportação e todo compartilhamento de dados segue os termos desta Constituição.	

10	Toda unidade deve alimentar a inteligência.
Toda unidade deve alimentar a inteligência. Quando violado: O CIN™ só é tão preciso quanto os dados que recebe. Cada unidade que atrasa relatórios, não atualiza indicadores ou deixa de registrar cancelamentos enfraquece a inteligência de toda a operação.	

11	Todo colaborador deve evoluir continuamente.
Todo colaborador deve evoluir continuamente. Quando violado: A CRI™ não acredita em estagnação. A trilha de formação, as certificações e o IPI™ existem para garantir que cada pessoa está crescendo junto com o sistema. Parar de aprender é começar a ficar para trás.	

12	Toda ação deve aumentar o valor do cliente.
Toda ação deve aumentar o valor do cliente. Quando violado: A finalidade última de cada ação da CRI™ é preservar e aumentar o LTV de cada cliente. Toda decisão, todo contato, todo processo e todo método existe para responder uma única pergunta: isso aumenta o valor deste cliente para a empresa?	

CRI™ · VOLUME 0

DESENVOLVIMENTO

07 O PADRÃO DE CONDUTA

Como um membro da CRI™ age nas situações que definem caráter Método sem conduta é protocolo vazio. A CRI™ é feita de pessoas que executam com excelência — mas também de pessoas que agem com integridade quando ninguém está olhando.

Estas são as situações que definem quem você é dentro da CRI™.

CRI™ · VOLUME 0

DESENVOLVIMENTO

08 Diante de um Erro Próprio

Você errou. O cliente ficou sem contato no prazo. O registro está incompleto. O POP não foi seguido.

☐ Não é: Esconder, minimizar ou esperar que passe despercebido.

É: Reconhecer imediatamente para o Coordenador. Corrigir no mesmo dia. Registrar a ocorrência na F.A.R.™. Aprender o que causou o erro para não repeti-lo.

CRI™ · VOLUME 0

DESENVOLVIMENTO

09 Diante de um Cliente Difícil

O cliente está bravo. Reclama do prazo, do atendimento, do preço. Fala alto. Ameaça ir para a concorrência.

☐ Não é: Responder com defesa, minimizar o problema ou prometer o que não pode cumprir.

É: Ouvir sem interromper. Registrar o estado emocional na F.A.R.™. Acionar o protocolo de retenção. Escalar se necessário. Nunca deixar o cliente sem resposta no mesmo dia.

CRI™ · VOLUME 0

DESENVOLVIMENTO

10 Diante de um Colega que Não Segue o Método

Você percebe que um colega está pulando etapas, não registrando na F.A.R.™ ou executando de forma diferente do POP.

☐ Não é: Ignorar para não criar atrito, ou comentar com outros colegas sem resolver.

VOLUME 0

Aplicação e encerramento

Seções 11 a 14 deste volume.

11 Diante de um Dado Sensível

Você tem acesso a dados de clientes, relatórios, campanhas e estratégias confidenciais.

❑ Não é: Compartilhar por mensagem pessoal, exportar para uso próprio ou comentar informações da carteira com pessoas fora da empresa.

É: Tratar todo dado como patrimônio da empresa. Acessar apenas pelo sistema autorizado. Nunca exportar sem aprovação. O dado que vaza não volta.

12 Diante de uma Conquista da Equipe

A equipe bateu a meta. O ISB™ subiu. Um inativo foi reativado. Um cliente Premium foi retido.

❑ Não é: Atribuir o resultado apenas ao esforço individual ou deixar passar sem reconhecimento.

É: Celebrar coletivamente. Nomear o que funcionou. Registrar a boa prática. O resultado da CRI™ sempre é do sistema — mas os acertos merecem ser vistos e celebrados.

13 TERMOS E POLÍTICAS

Os instrumentos que protegem a operação, os dados e o patrimônio Esta seção apresenta os quatro instrumentos jurídico-operacionais que todo colaborador da CRI™ assina antes de iniciar suas atividades. Eles não são formalidade — são compromissos com evidência.

ANEXO A — TERMO DE CONFIDENCIALIDADE É PROIBIDO: — Compartilhar senhas ou acessos — Transferir dados para dispositivos pessoais — Fotografar relatórios ou dashboards — Encaminhar bases de clientes para terceiros — Utilizar informações da CRI™ após o desligamento OBRIGAÇÕES: — Manter sigilo absoluto sobre toda informação acessada — Não copiar ou exportar bases de clientes sem autorização — O compromisso permanece válido durante e após o vínculo profissional “Confiança é construída através da responsabilidade.” ANEXO B — POLÍTICA DE USO DOS EQUIPAMENTOS CORPORATIVOS É PROIBIDO: — Instalar aplicativos não autorizados — Utilizar contas pessoais nos equipamentos da empresa — Armazenar bases de clientes em aplicativos particulares — Compartilhar equipamentos com pessoas não autorizadas OBRIGAÇÕES: —

Manter senha de acesso e bloquear tela quando ausente — Utilizar exclusivamente contas corporativas — Em caso de desligamento: devolver o equipamento com contas desconectadas “Equipamentos corporativos são extensões da operação.” GLP Energy 360° | Gestão | Liderança | Prosperidade Documento fundacional — assinado no Dia 1 ANEXO C — POLÍTICA DE PROTEÇÃO DA CARTEIRA DE CLIENTES É PROIBIDO: — Copiar contatos para contas pessoais — Exportar listas sem autorização do Diretor CRI™ — Transferir dados para concorrentes — Compartilhar informações da carteira com terceiros OBRIGAÇÕES: — Clientes pertencem à empresa — nunca ao colaborador — Todo acesso ocorre exclusivamente por contas e sistemas autorizados — Em desligamento: revogar acessos, alterar senhas e auditar permissões no mesmo dia “Quem protege a carteira protege a receita.” ANEXO D — POLÍTICA DE LGPD E TRATAMENTO DE DADOS É PROIBIDO: — Comercializar ou compartilhar dados de clientes — Utilizar dados para finalidades não relacionadas ao trabalho — Divulgar informações pessoais de clientes OBRIGAÇÕES: — Tratar dados com finalidade, necessidade e transparência — Respeitar o

direito do cliente de atualizar, corrigir ou solicitar descadastro — Comunicar apenas com frequência e conteúdo pertinentes ao relacionamento “Relacionamento de confiança começa com respeito aos dados do cliente.” GLP Energy 360° | Gestão | Liderança | Prosperidade Documento fundacional — assinado no Dia 1 SEÇÃO VI

14 JURAMENTO DA CRI™

“Eu compreendo que cada cliente representa anos de receita futura e que o meu trabalho impacta diretamente a saúde financeira da Pacheco Gás.

Comprometo-me a proteger o Patrimônio Comercial da empresa, registrar informações com precisão, agir antes da perda, cuidar do Verde Emocional de cada cliente, e tratar cada pessoa com respeito, atenção e responsabilidade.

Entendo que a CRI™ não é um setor — é uma cultura. E que a diferença entre uma revenda comum e uma revenda de alto desempenho é exatamente o que faço no meu trabalho diário.

Assino esta Constituição ciente de que estou ingressando em um sistema que exige excelencia, integridade e compromisso contínuo.

O JURAMENTO

O compromisso que transforma colaborador em membro da CRI™ O juramento não é uma formalidade. É um compromisso público com a equipe, com a empresa e com cada cliente da Pacheco Gás. Ele marca a transformação.

Estou pronto.”

Colaborador: Nome:	Testemunha (Coordenador ou Diretor CRI™):
_____ CPF:	Nome: _____
Cargo:	Cargo: _____
_____ Data:	Unidade: _____
____/____/____	_____ Data: _____
____/____/____	

Assinatura

Assinatura

O dado que gera ação não é acidente.

PRINCÍPIO DA CRI™

É mais rentável manter um cliente do que conquistar um novo.

A CRI™ transforma dados em relacionamento, relacionamento em retenção e retenção em crescimento sustentável. Enquanto as revendas contavam botijões, os clientes saíam em silêncio. A CRI™ existe para que isso não volte a acontecer.

CRI™

Central de Relacionamento e Inteligência

GLP 360°

Gestão · Liderança · Prosperidade