



CRI™ · VOLUME X · CENTRAL DE RELACIONAMENTO E INTELIGÊNCIA

CRITM

Expansão Nacional

A tese da expansão, o mercado brasileiro de GLP e os critérios de seleção de revendas.

GESTÃO · LIDERANÇA · PROSPERIDADE

Documento oficial do método CRI™

Edição Executiva · GLP 360°

CRI

Expansão Nacional

A tese da expansão, o mercado brasileiro de GLP e os critérios de seleção de revendas. Este volume possui 10 seções.

SEÇÃO 01

Apresentação

Provenientes de ANP, Sindigás, IBGE e EPE. DADOS REAIS DA PACHECO GÁS fornecidos diretamente por Nilson Cabral...

SEÇÃO 02

A Tese da Expansão

Antes de qualquer número, uma declaração honesta: a GLP 360° não tem dados precisos sobre quantas revendas bra...

SEÇÃO 03

O Mercado Brasileiro de GLP — Dados Verificados

Todos os números abaixo têm fonte verificada. Podem ser usados em apresentações externas com citação da fonte ...

SEÇÃO 04

Critérios de Seleção de Revendas

Estes critérios são baseados na experiência de implantação da Pacheco Gás e no julgamento profissional da GLP ...

SEÇÃO 05

Diagnóstico Expresso — 48 Horas

Antes de qualquer proposta, o Consultor CRI™ faz o Diagnóstico Expresso. Em 48 horas, mapeia a revenda em 6 di...

SEÇÃO 06

Playbook de Implantação

O playbook segue as mesmas 8 fases do Guia de Implantação (Vol. G). A diferença em uma revenda nova é a camada...

SEÇÃO 07

Adaptação Regional — O Método é Universal, o Tom é L

△ NOTA SOBRE OS PERFIS REGIONAIS Os perfis a seguir são observações qualitativas baseadas em experiência de ca...

SEÇÃO 08

ROI da CRI™ — Calculado com Dados Reais

! METODOLOGIA DE CÁLCULO Os cálculos abaixo usam o ticket médio real da Pacheco Gás (R\$ 122,86) e o TRI™ real ...

SEÇÃO 09

Governança da Expansão

Expandir sem governança é crescer e perder qualidade. A GLP 360° não escala implantações — escala método. E mé...

SEÇÃO 10

A ESTEIRA COMPLETA CRI™

Do fundamento à escala — todos os volumes e seus propósitos (ANP, 2024) (IBGE/PNAD, via Sindigás 2024) A Pache...

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 X

Fundamentos

Seções 01 a 04 deste volume.

01 Apresentação

Provenientes de ANP, Sindigás, IBGE e EPE.

DADOS REAIS DA PACHECO GÁS fornecidos diretamente por Nilson Cabral. Válidos para a operação da Pacheco. Quando usados como referência para outras revendas, estão sinalizados como 'referência'.

Nenhum dado de mercado foi utilizado sem verificação. Estimativas qualitativas (como perfis regionais) são sinalizadas como observações do Consultor — não como dados.

02 A Tese da Expansão

Antes de qualquer número, uma declaração honesta: a GLP 360° não tem dados precisos sobre quantas revendas brasileiras têm ou não têm sistema formal de relacionamento. Esse número não existe publicamente.

O que existe são os dados do mercado e a experiência de campo. O que a Pacheco Gás provou é real. A oportunidade é visível a qualquer um que entre em uma revenda e

pergunte: 'Quantos clientes você perdeu este ano e por quê?' "O cliente que retorna não é sorte. É resultado de método. E método pode ser ensinado." GLP Energy 360° | Gestão | Liderança | Prosperidade Fontes: ANP (2024), Sindigás (2024), IBGE/PNAD, EPE

03 O Mercado Brasileiro de GLP — Dados Verificados

Todos os números abaixo têm fonte verificada. Podem ser usados em apresentações externas com citação da fonte original.

VERIFICADO — Revendas de GLP no Brasil 58.283 revendas de GLP registradas e autorizadas pela ANP no encerramento de 2024. Presentes em 97,18% dos municípios brasileiros. ⓘ ANP — Seminário de Avaliação do Mercado de Combustíveis 2025 (ano base 2024), divulgado em fevereiro de 2025.

VERIFICADO — Domicílios consumidores de GLP 91% dos lares brasileiros declaram utilizar GLP. 96% dos lares afirmam estar equipados para consumir GLP. ⓘ IBGE — Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), dados citados pelo Sindigás em 2024.

VERIFICADO — Volume de P13 vendidos por mês Aproximadamente 35 milhões de botijões P13 vendidos por mês no Brasil. 70% do consumo total de GLP é comercializado em botijões de 13kg, majoritariamente residencial. ⓘ Sindigás (citando ANP), 2024. EPE — Nota Técnica Formação de Preço do GLP, maio 2024.

VERIFICADO — Demanda total de GLP 2024 A EPE projetou demanda de 7,6 milhões de toneladas de GLP em 2024 — crescimento de 1,9% em relação ao ano anterior. ⓘ EPE — Empresa de Pesquisa Energética, projeção publicada em 2024.

VERIFICADO — Distribuidoras e capilaridade 22 distribuidoras no país. O GLP está presente em 97,18% dos municípios brasileiros — cobertura superior à da luz elétrica, água tratada e telecomunicações. ⓘ Sindigás — Panorama GLP em Movimento, dezembro 2024.

DADOS REAIS PACHECO GÁS — Referência — Dados operacionais verificados (fornecidos por Nilson Cabral) 8.048 clientes inativos identificados | 36.523 P13/mês | Ticket médio R\$ 122,86 | 10 unidades (MA e PA) | LTV calculado: R\$ 7.371 (ticket × 12 × 5 anos) | VCC™ = R\$ 59,3M (8.048 × R\$ 7.371) | TRI™ de 10%: R\$ 1,18M/ano recuperável i Dados reais da operação Pacheco Gás. São referência para o método — não médias de mercado extrapoláveis sem pesquisa própria de cada revenda.

04 Critérios de Seleção de Revendas

Estes critérios são baseados na experiência de implantação da Pacheco Gás e no julgamento profissional da GLP 360° — não em pesquisa quantitativa de mercado. São referência operacional, não dado estatístico.

CRITÉRIOS PARA IMPLANTAÇÃO IMEDIATA			
CRITÉRIOS OBRIGATÓRIOS ✓ Mínimo 500 clientes ativos em carteira ✓ Pelo menos 300 clientes inativos identificados ✓ Gestão comprometida — não apenas tolerante ✓ Sistema de pedidos com histórico de pelo menos 12 meses ✓ Equipe mínima: 2 pessoas dedicáveis ao relacionamento ✓ Disposição para investir no método		❑IMPEDITIVOS — Dono quer resultado sem mudar processo — Sem histórico de dados — base do zero — Equipe sem condições mínimas de execução — Região com restrições operacionais graves	

A oportunidade de mercado da CRI™ é real — mas quantificá-la requer pesquisa de campo própria da GLP 360°.

Recomendação: para apresentações externas, usar os dados verificados acima e o case real da Pacheco Gás como evidência — sem percentuais estimados de mercado.

Critérios baseados na experiência da Pacheco Gás e julgamento da GLP 360°. Adaptáveis conforme cada contexto.	
CRITÉRIOS PARA PIPELINE DE 90 DIAS	
CRITÉRIOS OBRIGATÓRIOS ✓ Entre 200 e 499 clientes ativos ✓ Dados parciais — histórico de pelo menos 6 meses ✓ Gestão interessada mas ainda avaliando ✓ Equipe que pode crescer com a implantação	❑IMPEDITIVOS — Dono sem visão de relacionamento — apenas transacional — Sem viabilidade de crescimento na região
Revenda em pipeline: nutrição com o case Pacheco Gás e dados reais. Qualificar para implantação imediata em até 90 dias.	

VOLUME X

Desenvolvimento

Seções 05 a 08 deste volume.

05 Diagnóstico Expresso — 48 Horas

Antes de qualquer proposta, o Consultor CRI™ faz o Diagnóstico Expresso. Em 48 horas, mapeia a revenda em 6 dimensões e entrega um relatório baseado em dados reais da operação — não em estimativas.

HORÁRIO	ATIVIDADE	MÉTODO	ENTREGAVEL
D1 — 8h	Briefing com a gestão	—	Histórico de vendas, tamanho da base, sistema atual, metas e dores declaradas.
D1 — 10h	Análise da base de clientes	IQC™ baseline	% de cadastros válidos. Total de ativos e inativos. Distribuição por bairro.
D1 — 14h	Análise de cancelamentos	BIE™ retrospectivo	Top causas dos últimos 90 dias. % classificados vs. sem classificação.
D1 — 16h	Entrevista com a equipe	IAO™ observado	Como registram, como priorizam, como escalas funcionam — ou não.
D2 — 8h	Análise logística	IFT™ + T.I.R.™	% entregas Vermelhas por bairro. T.I.R.™ médio por atendente.
D2 — 11h	Cálculo do potencial desta revenda	VCC™ + CIA™	Inativos classificados N1-N4. VCC™ potencial (inativos × ticket médio × LTV). Receita recuperável.
D2 — 14h	Elaboração do relatório	ISB™ baseline	Score de Governança zero. ISB™ estimado. 3 maiores gaps.

HORÁRIO	ATIVIDADE	MÉTODO	ENTREGAVEL
D2 — 17h	Apresentação executiva	CIN™ inicial	Proposta de implantação: fases, prazos, metas e ROI calculado com dados reais da revenda.

Modelo de Relatório de Diagnóstico Expresso

RELATÓRIO DE DIAGNÓSTICO EXPRESSO — [NOME DA REVENDA] — [DATA]
Consultor: [NOME] | Cidade/Estado: [LOCAL] | Prioridade: [IMEDIATA / PIPELINE] 1. FOTOGRAFIA DA BASE (dados reais coletados) Ativos: [X] | Inativos: [X] | IQC™ baseline: [X]% | VCC™ calculado: R\$ [inativos × ticket × LTV] 2. SAÚDE OPERACIONAL (dados reais coletados) IFT™ Verde: [X]% | T.I.R.™ médio: [X] min | Cancelamentos/mês: [X] | Causa principal: [X] 3. INTELIGÊNCIA ATUAL (observado em campo) CRM existente: [Sim/Não] | Registro de relacionamento: [Sim/Não] | IAO™ estimado: [X] 4. POTENCIAL CRI™ (calculado com dados da revenda) CIA™ N1: [X] | N2: [X] | N3: [X] | N4: [X] | TRI™ conservador (referência Pacheco): 10% 5. RECEITA RECUPERAVEL (cálculo desta revenda) Ano 1 conservador: R\$ [inativos × 10% × ticket × 12 meses] | Base: dados reais desta revenda 6. GAPS CRÍTICOS (identificados em 48h) 1. [maior gap] | 2. [segundo gap] | 3. [terceiro gap] GLP Energy 360° | Gestão | Liderança | Prosperidade Fontes: ANP (2024), Sindigás (2024), IBGE/PNAD, EPE 7. RECOMENDAÇÃO [Implantação imediata / Pipeline 90 dias / Não recomendado agora] | Motivo: [...] GLP Energy 360° | Gestão | Liderança | Prosperidade Fontes: ANP (2024), Sindigás (2024), IBGE/PNAD, EPE

06 Playbook de Implantação

O playbook segue as mesmas 8 fases do Guia de Implantação (Vol. G). A diferença em uma revenda nova é a camada de gestão de mudança — porque na Pacheco Gás o dono criou o método. Em outras revendas, o Consultor precisa criar a adesão.

FASE	F1 7d	F2 14d	F3 21d	F4 30d	F5 60d	F6 90d	F7 120d	F8 180d	AUTÔNOMA D180+
NOME	Diag.	Limpeza	CRM	Seg.	Reativ.	Reten.	Intel.	Escala	CRI™autônoma

Gestão de Mudança — Os 4 Perfis de Resistência

Baseado em experiência de campo. Não é pesquisa quantitativa — é observação do Consultor sobre padrões de comportamento em implantações.

PERFIL	COMO SE MANIFESTA	COMO O CONSULTOR AGE
O Cético	'Já tentamos CRM antes. Não funcionou.' Sabota silenciosamente.	Pedir para descrever o que tentou. Mostrar a diferença de método. Resultado pequeno visível em 7 dias — não em 60.
O Sobrecarregado	'Não tenho tempo para isso agora.' Procrastina todas as tarefas.	Reduzir ao mínimo operável. Primeiros 14 dias: só 2 atividades. Construir o hábito antes de ampliar.
O Leal ao Antigo	'Mas sempre funcionou assim.' Defende o processo atual.	Nunca atacar o processo antigo. Mostrar como a CRI™ complementa — não substitui.
O Entusiasta sem Foco	Quer tudo ao mesmo tempo. Pula etapas. Não aprofunda nada.	Canalizar a energia para as fases certas. Definir o que não pode ser feito ainda — e o por quê.

07 Adaptação Regional — O Método é Universal, o Tom é Local

⚠️ **NOTA SOBRE OS PERFIS REGIONAIS** Os perfis a seguir são observações qualitativas baseadas em experiência de campo e conhecimento do setor de GLP. Não são dados estatísticos. Devem ser tratados como orientações iniciais para o Consultor — cada revenda terá suas especificidades que o Diagnóstico Expresso de 48h revelará.

NORDESTE — MA, PI, CE, RN, PB, PE, AL, SE, BA Perfil do mercado: Relacionamento é moeda. O cliente confia em quem conhece pelo nome. Fidelidade elevada quando bem tratado. Diferencial local: Canal presencial e ligação têm conversão maior do que WhatsApp frio. O entregador é o embaixador real da marca. Atenção especial: Vocabulário muito formal pode criar distância. Tom familiar sem ser invasivo. Velocidade de resposta pode ser mais lenta — não interpretar como desinteresse. O que NUNCA mudar: A F.A.R.™, o BIE™ e o R.E.C.O.N.E.C.T.A. X™. O método nunca muda — a linguagem pode.

NORTE — PA, AM, TO, RO, AC, AP, RR Perfil do mercado: Mercado com alta concentração urbana em capitais e distribuição complexa no interior. Logística é diferencial competitivo crítico. Diferencial local: Prazo de entrega é o principal argumento de fidelização. Clientes

valorizam muito previsibilidade. Atenção especial: Sazonalidade regional (chuva, acesso) pode impactar frequência de compra. CIA™ precisa considerar períodos de restrição. O que NUNCA mudar: O PCI™ e o IFT™. Logística e relacionamento têm peso igual nessa região.

CENTRO-OESTE — MT, MS, GO, DF Perfil do mercado: Mercado maduro em capitais, com crescimento em cidades médias do agronegócio. Clientes com boa capacidade de pagamento. Diferencial local: Cidades de agronegócio: clientes comprem em volume maior e com frequência mais previsível. NPC™ captura bem esse perfil. Atenção especial: Alta competição em capitais. MDC™ é especialmente crítico para detectar movimentação de concorrência. O que NUNCA mudar: O MDC™ e o CPP™.

SUDESTE — SP, RJ, MG, ES Perfil do mercado: Maior mercado em volume absoluto. Alta competição. Cliente mais exigente em prazo e atendimento. Menor fidelidade natural. Diferencial local: Escala exige mais estrutura. A CRI™ aqui precisa funcionar com volume alto — equipe GLP Energy 360° | Gestão | Liderança | Prosperidade Fontes: ANP (2024), Sindigás (2024), IBGE/PNAD, EPE maior, filas maiores.

Atenção especial: Custo de aquisição mais alto. VCC™ é argumento financeiro central na conversa com o gestor.

O que NUNCA mudar: Nenhum método é opcional. Concorrência forte exige todos os 20 métodos ativos.

08 ROI da CRI™ — Calculado com Dados Reais

i METODOLOGIA DE CÁLCULO Os cálculos abaixo usam o ticket médio real da Pacheco Gás (R\$ 122,86) e o TRI™ real da Pacheco como referência de base.

Fórmula: Inativos × TRI™ × Ticket médio × 12 meses = Receita recuperada no ano 1.

REVENDA PEQUENA 1.000 inativos TRI™ 10% (ref. Pacheco) Ticket R\$ R\$ 122,86 12 meses R\$ R\$ 147.432 Base: dados reais da Pacheco Gás	REVENDA MÉDIA 3.000 inativos TRI™ 10% (ref. Pacheco) Ticket R\$ R\$ 122,86 12 meses R\$ R\$ 442.296 Base: dados reais da Pacheco Gás	PACHECO GÁS (REAL) 8.048 inativos TRI™ 10% (meta) Ticket R\$ R\$ 122,86 12 meses R\$ R\$ 1.186.133 Dados reais verificados da operação
--	--	--

Ticket médio: dado real Pacheco Gás. Número de inativos: varia por revenda — levantar no Diagnóstico Expresso. TRI™ 10%: meta conservadora baseada na Pacheco.

SUL — PR, SC, RS Perfil do mercado: Alta exigência de processo e documentação. Gestor tende a ser mais analítico — quer ver os números antes de acreditar. Diferencial local: Score de Governança e ISB™ são muito bem recebidos. O gestor analítico quer métricas — e a CRI™ tem. Atenção especial: Velocidade de resposta alta — o cliente não tolera demora. Tom mais formal do que no Nordeste. O que NUNCA mudar: O ISB™ e o Score de Governança. São o argumento mais forte com o gestor analítico sulista.

Modelos de Serviço GLP 360°

MODELO	O QUE INCLUI	ARGUMENTO DE VALOR
Implantação Básica	Diagnóstico + 8 fases + Vol. V + treinamento equipe + 90 dias de suporte	ROI mensurável a partir dos dados reais da revenda. Payback calculado no Diagnóstico Expresso.
Implantação Completa	Básica + Academia CRI™ + Certificação equipe + 180 dias de suporte + auditorias mensais	Equipe certificada e autônoma ao final. Independente do Consultor após 180 dias.
Parceria Contínua	Completa + auditoria trimestral GLP 360° + acesso a novos volumes + suporte indefinido	A revenda nunca opera sem método. GLP 360° garante a evolução contínua do sistema.

VOLUME X

Aplicação e encerramento

Seções 09 a 10 deste volume.

09 Governança da Expansão

Expandir sem governança é crescer e perder qualidade. A GLP 360° não escala implantações — escala método. E método em escala precisa de padronização, auditoria e controle de qualidade centralizado.

PADRONIZAÇÃO	CONTROLE DE QUALIDADE	EVOLUÇÃO DO MÉTODO
✓ Todos os volumes centralizados na GLP 360° ✓ Nenhuma revenda adapta o método ✓ Certificações emitidas por sistema centralizado ✓ Relatórios no padrão único do Vol. VIII	✓ Auditoria trimestral de todas as vendas ativas ✓ ISB™ consolidado publicado trimestralmente ✓ Score de Governança mínimo para manutenção ✓ Relatório mensal entregue no prazo	✓ Casos reais das vendas alimentam a Biblioteca CRI™ ✓ Novos métodos testados em Mestres CRI™ primeiro ✓ Volumes atualizados anualmente ✓ Rede de Mestres CRI™ troca experiências mensalmente

Critérios Mínimos para Manutenção do Contrato CRI™

MÍNIMOS PARA PERMANÊNCIA	ENCERRAMENTO DE CONTRATO
✓ ISB™ ≥70 no mês 6 após implantação ✓ Score de Governança ≥60 após mês 3 ✓ F.A.R.™ ≥85% em toda a equipe ✓ Pelo menos 1 certificação Nível I ativa por analista ✓ Relatório mensal entregue no prazo ✓ Auditoria trimestral GLP 360° realizada	— Score de Governança < 40 por 2 trimestres consecutivos — Violação documentada do BCD™ — Adaptação não autorizada do método — ISB™ < 50 após mês 9 sem plano de recuperação ativo — Uso da marca CRI™ fora do contrato

10 A ESTEIRA COMPLETA CRI™

Do fundamento à escala — todos os volumes e seus propósitos

VOL.	NOME	PROPÓSITO
0	Constituição CRI™	O fundamento. Todo membro assina. Define os 12 Mandamentos e o padrão de conduta.
I	Filosofia	Por que a CRI™ existe. O problema do mercado. A visão de Nilson Cabral.
II	Arquitetura	Os 5 pilares, os 12 Núcleos e o M.R.R. X™. Como o sistema está estruturado.
III	Governança	Organograma, cargos, responsabilidades, IPI™ e Score de Governança.

IV	Métodos	Os 20 métodos com origem, fórmula, gatilho, erros e casos reais.
G	Guia de Implantação	As 8 fases do diagnóstico à escala. Para o Consultor e para a equipe.
V	Manual do Operador	O que fazer agora. Situações reais, ações exatas, registros e escaladas.
VI	Academia CRI™	Trilha Bronze ao Consultor, Passaporte, Biblioteca, Medalhas, Laboratórios.
VII	Certificação	Sistema completo: emissão, validade, renovação, revogação e glossário.
VIII	Auditoria	Auditar método, não resultado. 4 tipos, checklists, scoring e relatórios.
IX		

	Dashboard Executivo	3 níveis: operacional, executivo e analítico. Para cada nível, o relatório certo.
X	Expansão Nacional	Playbook para replicar a CRI™. Dados verificados. Case real da Pacheco Gás.

58.283 revendas de GLP no Brasil.

(ANP, 2024)

91% dos lares brasileiros usam GLP.

(IBGE/PNAD, via Sindigás 2024) A Pacheco Gás provou o método.

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