REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

A METODOLOGIA LRM: IDENTIDADE, CULTURA ORGANIZACIONAL E MENTALIDADE EMPRESARIAL COMO FUNDAMENTOS DA LIBERDADE E DA ALTA PERFORMANCE

THE LRM METHODOLOGY: IDENTITY, ORGANIZATIONAL CULTURE AND BUSINESS MINDSET AS FOUNDATIONS OF FREEDOM AND HIGH PERFORMANCE

LA METODOLOGÍA LRM: IDENTIDAD, CULTURA ORGANIZACIONAL Y MENTALIDAD EMPRESARIAL COMO FUNDAMENTOS DE LA LIBERTAD Y DEL ALTO RENDIMIENTO

Leandro Roberto Barros Miglioli[1]

e696764
https://doi.org/10.47820/recima21.v6i9.6764

PUBLICADO: 9/2025

RESUMO

Este trabalho apresenta a Metodologia *Lead Relationship Management* (LRM) desenvolvida a partir de mais de três décadas de experiência prática em diferentes setores — do varejo à indústria farmacêutica, da gestão de empresas à liderança espiritual e ao ambiente corporativo de alta performance. As principais limitações das organizações contemporâneas não se reduzem a processos ou estratégias. Estudos da Gallup (2023), Deloitte (2022) e McKinsey (2021) mostram que engajamento, propósito e cultura explicam os maiores índices de insatisfação e rotatividade no trabalho. Pesquisas de Schein (2017) e Kotter & Heskett (1992) confirmam que identidade e cultura organizacional são fatores críticos de sustentabilidade, enquanto Dweck (2006) e Taleb (2012) reforçam que mentalidades de crescimento são essenciais para adaptação e inovação. Com base em princípios de cultura organizacional (SCHEIN, 2017), liderança (Drucker, 1999; Kotter, 2012) e psicologia do *mindset* (DWECK, 2006), o artigo discute como a Metodologia LRM integra identidade, valores, liderança e crenças empresariais em uma abordagem prática para restaurar a saúde dos negócios e gerar liberdade emocional, financeira e organizacional. São apresentados exemplos práticos de aplicação, exercícios de reprogramação de crenças e casos de empresas que transformaram seus resultados a partir da implantação consciente de cultura e mentalidade de crescimento.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura organizacional. Mentalidade empresarial. Identidade. Liderança. Liberdade. Metodologia LRM.

ABSTRACT

This work presents the LRM Methodology (Lead Relationship Management) developed from more than three decades of practical experience across different sectors — from retail to the pharmaceutical industry, from business management to spiritual leadership and the high-performance corporate environment. The main limitations of contemporary organizations are not limited to processes or strategies. Studies by Gallup (2023), Deloitte (2022), and McKinsey (2021) show that engagement, purpose, and culture explain the highest rates of dissatisfaction and turnover at work. Research by Schein (2017) and Kotter & Heskett (1992) confirms that identity and organizational culture are critical sustainability factors, while Dweck (2006) and Taleb (2012) emphasize that growth mindsets are essential for adaptation and innovation. Based on principles of organizational culture (SCHEIN, 2017), leadership (Drucker, 1999; Kotter, 2012), and mindset psychology (DWECK, 2006), the article discusses how the LRM Methodology integrates identity, values, leadership, and business beliefs into a practical approach to restore business health and generate emotional, financial, and organizational freedom. Practical application examples, belief

[1] Administrador de empresas com especialização em comércio exterior - Universidade Paulista- UNIP.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

reprogramming exercises, and cases of companies that transformed their results through the conscious implementation of culture and growth mindset are presented.

KEYWORDS: *Organizational culture. Business mindset. Identity. Leadership. Freedom. LRM Methodology.*

RESUMEN
Este artículo presenta la Metodología LRM (Lead Relationship Management), desarrollada a partir de más de tres décadas de experiencia práctica en diferentes sectores —desde el comercio minorista hasta la industria farmacéutica, desde la gestión empresarial hasta el liderazgo espiritual y el entorno corporativo de alto rendimiento—. Las principales limitaciones de las organizaciones contemporáneas no se reducen a procesos o estrategias. Estudios de Gallup (2023), Deloitte (2022) y McKinsey (2021) muestran que el compromiso, el propósito y la cultura explican los mayores índices de insatisfacción y rotación laboral. Investigaciones de Schein (2017) y Kotter & Heskett (1992) confirman que la identidad y la cultura organizacional son factores críticos de sostenibilidad, mientras que Dweck (2006) y Taleb (2012) refuerzan que las mentalidades de crecimiento son esenciales para la adaptación y la innovación. Con base en principios de cultura organizacional (SCHEIN, 2017), liderazgo (Drucker, 1999; Kotter, 2012) y psicología del mindset (DWECK, 2006), el artículo discute cómo la Metodología LRM integra identidad, valores, liderazgo y creencias empresariales en un enfoque práctico para restaurar la salud de los negocios y generar libertad emocional, financiera y organizacional. Se presentan ejemplos prácticos de aplicación, ejercicios de reprogramación de creencias y casos de empresas que transformaron sus resultados a partir de la implantación consciente de la cultura y la mentalidad de crecimiento.

PALABRAS CLAVE: *Cultura organizacional. Mentalidad empresarial. Identidad. Liderazgo. Libertad. Metodología LRM.*

INTRODUÇÃO

Estudos recentes demonstram que organizações do século XXI enfrentam um cenário paradoxal: de um lado, a transformação digital, a globalização e o acesso a informações em tempo real oferecem oportunidades inéditas de expansão (McKinsey, 2021; WEF, 2020); de outro, relatórios da Gallup (2023) e Deloitte (2022) evidenciam altos índices de desengajamento e Burnout, mostrando que o avanço tecnológico não tem se traduzido, necessariamente, em ambientes de trabalho saudáveis e sustentáveis.

Avanços tecnológicos e oportunidades

- *World Economic Forum* (2020, 2022) – *Future of Jobs Report*
  Mostra que até 2025, 85 milhões de empregos serão substituídos pela automação, mas 97 milhões de novas funções serão criadas com base em tecnologia, evidenciando a contradição entre ameaça e oportunidade.

- *McKinsey Global Institute* (2018, 2021)
  Estima que a transformação digital pode gerar US$ 13 trilhões em valor econômico até 2030, mas também alerta para grandes desigualdades entre empresas que conseguem se adaptar e as que ficam para trás.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

Globalização e expansão de mercado

- OECD (2019) – *Globalisation and Business Resilience*

  Aponta que a globalização aumentou a interdependência econômica, criando oportunidades de novos mercados, mas também expondo empresas a choques globais (como a pandemia de COVID-19).

  Crises internas e paradoxos de sustentabilidade

- Gallup (2023) – *State of the Global Workplace*

  Apesar do avanço tecnológico, 79% dos trabalhadores permanecem desengajados. Isso mostra que os ganhos tecnológicos não se traduzem automaticamente em saúde organizacional.

- Deloitte (2022) – *Global Human Capital Trends*

  Identificou que quase 70% dos executivos afirmam que a tecnologia acelera resultados, mas mais de 60% dizem que ela também aumenta o esgotamento e a pressão sobre líderes e equipes.

Relatórios recentes da Gallup (2023) apontam que 79% dos trabalhadores no mundo se sentem desconectados emocionalmente de suas empresas, e o estudo da Deloitte (2022) sobre bem-estar corporativo mostra que 70% dos líderes sentem que não possuem equilíbrio de vida diante da pressão empresarial. Tais números evidenciam que os desafios não estão apenas em estratégias de mercado, mas nas bases invisíveis que sustentam as organizações: identidade, cultura e mentalidade.

A Metodologia *Lead Relationship Management* (LRM) surge como resposta a essa crise silenciosa. Diferentemente de modelos meramente técnicos, ela se ancora em três décadas de vivência prática, unindo varejo, indústria, liderança comunitária e alta performance empresarial. O princípio central é claro: sem identidade, tudo colapsa; sem mudança de mentalidade, não há avanço; e sem liberdade, todo crescimento se torna prisão.

Este artigo pretende dialogar com a literatura científica sobre cultura organizacional, liderança e mentalidade, apresentando a Metodologia LRM como contribuição prática e teórica capaz de oferecer caminhos sustentáveis para o futuro das empresas.

Segundo Edgar Schein (2017), cultura é o “padrão de pressupostos básicos inventados, descobertos ou desenvolvidos por um grupo, ao aprender a lidar com problemas de adaptação externa e integração interna”.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

Em outras palavras, é o tecido invisível que sustenta comportamentos coletivos. Hofstede (2001), por sua vez, demonstrou que valores culturais moldam até mesmo as práticas de inovação e gestão de risco.

Kotter (2012) reforça que 70% dos processos de mudança falham justamente pela negligência em alinhar cultura e estratégia. Esses autores evidenciam que a cultura não é um detalhe periférico: é o coração de uma organização.

REFERENCIAL TEÓRICO

Liderança

Peter Drucker (1999) popularizou a máxima de que “a cultura come a estratégia no café da manhã”, sublinhando que nenhum plano sobrevive a uma liderança incoerente. John Maxwell (2007) afirma que a liderança é influência, e essa influência é o espelho da cultura. Sem líderes capazes de sustentar valores e dar direção, as organizações mergulham em incoerência.

Mentalidade

Carol Dweck (2006) introduziu a distinção entre mindset fixo e mindset de crescimento, mostrando que a forma como indivíduos interpretam falhas e desafios determina seu potencial de evolução. No contexto empresarial, mentalidades fixas aprisionam líderes em ciclos de escassez, enquanto mentalidades de crescimento criam ambientes de inovação e prosperidade.

Neurociência e Crenças Empresariais

Daniel Goleman (2011) amplia essa perspectiva ao relacionar inteligência emocional à liderança eficaz. Estudos recentes em neurociência aplicada à gestão demonstram que crenças limitantes ativam circuitos cerebrais de ameaça, enquanto crenças fortalecedoras ampliam a plasticidade neural e favorecem decisões criativas (Rock, 2009).

DESENVOLVIMENTO E DISCUSSÃO

Identidade como eixo estruturante da organização

A identidade pode ser compreendida como o verdadeiro DNA de uma empresa, funcionando como fundamento invisível, mas essencial, que orienta todas as práticas organizacionais. Sem clareza de propósito, missão e valores, as organizações tornam-se frágeis diante das pressões externas, oscilando entre demandas do mercado, crises econômicas e mudanças de cenário sem encontrar um norte consistente. Nesse sentido, autores como Collins e Porras (1994) já apontavam que empresas visionárias constroem sua longevidade não apenas em torno de produtos ou estratégias, mas em torno de um núcleo de valores que permanece estável ao longo do tempo.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

A Metodologia LRM parte dessa premissa e propõe compreender a identidade não apenas como um elemento discursivo ou uma declaração institucional, mas como um eixo prático que sustenta decisões cotidianas, impactando diretamente a forma como líderes conduzem equipes e como colaboradores se orientam em suas atividades. Ao alinhar identidade ao modelo de negócios, cria-se um mecanismo de coesão interna, no qual o sentido coletivo passa a orientar a tomada de decisões, ao mesmo tempo em que se alcança diferenciação competitiva no mercado, em linha com a visão de Barney (1991) de que recursos intangíveis, como valores e cultura, são fonte de vantagem competitiva sustentável.

Cultura: o câncer invisível ou a força vital

A cultura organizacional, por sua vez, é inevitável: ela sempre existirá, seja construída intencionalmente ou de forma espontânea. Quando negligenciada, tende a se transformar em um "câncer invisível", silencioso, mas progressivamente destrutivo, que corrói a confiança entre pessoas, enfraquece a atuação de líderes e paralisa resultados. Como já discutido por Schein (2017), a cultura pode ser entendida como o conjunto de pressupostos básicos aprendidos por um grupo ao resolver problemas de adaptação externa e integração interna, que passam a ser ensinados como forma correta de perceber, pensar e sentir.

A proposta da LRM avança nessa discussão ao enfatizar que a cultura não pode ser dissociada da identidade e da liberdade. Enquanto abordagens clássicas, como as dimensões culturais de Hofstede (2001), destacam os padrões nacionais e sociais que influenciam a cultura corporativa, e modelos contemporâneos, como o de Denison (1990), relacionam a cultura à performance organizacional, a LRM introduz uma integração prática entre identidade pessoal do líder, propósito organizacional e valores compartilhados, reconhecendo que a cultura é, ao mesmo tempo, organizacional e existencial.

Na prática, esse processo ocorre em três movimentos interligados. O primeiro consiste na identificação da cultura real, aquela que é de fato vivida pelos colaboradores, muitas vezes divergente da cultura declarada nos manuais institucionais, em linha com o que Cameron e Quinn (2011) descrevem como a necessidade de avaliar as discrepâncias entre cultura atual e cultura desejada. O segundo movimento é a implantação da cultura intencional, que resgata a identidade, os valores e o propósito previamente definidos, promovendo alinhamento entre discurso e prática. O terceiro refere-se à sustentação da cultura, que se dá por meio de rituais organizacionais, como feedback contínuo, comunicação transparente e práticas consistentes de reconhecimento, corroborando a visão de Kotter e Heskett (1992) de que culturas fortes, sustentadas por comportamentos recorrentes, impactam diretamente a performance no longo prazo.

Ao articular identidade, cultura e liberdade, a Metodologia LRM propõe uma compreensão que ultrapassa a dimensão estritamente organizacional e alcança também um sentido existencial.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

Cultura não é apenas um conjunto de regras internas, mas um espaço de compartilhamento de valores que moldam tanto o ambiente de trabalho quanto a forma de os indivíduos se relacionarem com o mundo. É justamente essa perspectiva ampliada que permite compreender a cultura organizacional como força vital capaz de sustentar crescimento, inovação e longevidade empresarial, transformando aquilo que poderia ser um ponto de fragilidade em um diferencial competitivo duradouro.

Liderança como Espelho da Cultura

Não há cultura forte com liderança fraca. A liderança é o canal pelo qual a identidade e a cultura se tornam visíveis. Líderes incoerentes anulam qualquer discurso institucional.

E de onde esse raciocínio pode ser fundamentado?

1. “Não há cultura forte com liderança fraca”
    - Edgar Schein (2017) afirma que a liderança e a cultura são duas faces da mesma moeda: líderes criam cultura, e a cultura, por sua vez, forma futuros líderes. Isso dá base direta para sua frase, porque mostra que sem liderança forte, não há cultura sólida.
    - John Kotter (1990; 1996) reforça que mudanças culturais só acontecem quando a liderança é capaz de modelar comportamentos e alinhar visão, caso contrário, as declarações permanecem superficiais.
2. “A liderança é o canal pelo qual a identidade e a cultura se tornam visíveis”
    - James Kouzes e Barry Posner (2017) defendem que a principal função do líder é “modelar o caminho” — ou seja, traduzir valores e identidade em ações visíveis, que inspiram e moldam a cultura.
    - Cameron e Quinn (2011) também descrevem que a liderança atua como principal mecanismo de comunicação e reforço da cultura, tornando visíveis os valores que sustentam a organização.
3. “Líderes incoerentes anulam qualquer discurso institucional”
    - Patrick Lencioni (2002) mostra que a dissonância entre o discurso e a prática da liderança gera cinismo organizacional, o que corrói a confiança e enfraquece a cultura.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

- Kouzes e Posner (2017) enfatizam que a credibilidade é o maior ativo de um líder: quando há incoerência entre palavra e ação, perde-se a confiança, e todo o discurso institucional perde força.

Na LRM, líderes são capacitados não apenas para gerir tarefas, mas para multiplicar cultura. Isso inclui habilidades de comunicação, autoconhecimento, inteligência emocional e escuta ativa. Goleman (2011) comprova que líderes emocionalmente inteligentes geram mais engajamento e inovação.

Mentalidade: Da Escassez à Liberdade

Um dos maiores bloqueios das empresas é a mentalidade fixa. Empresários que associam erro a fracasso ou que carregam crenças limitantes sobre dinheiro e liderança perpetuam ciclos de estagnação.

A discussão sobre os parâmetros de sucesso organizacional ainda é fortemente marcada pela lógica do crescimento acelerado e pela busca incessante de faturamento. Muitas empresas, pressionadas por metas externas ou pela comparação com concorrentes, acabam mensurando sua performance apenas a partir da receita bruta, negligenciando fatores essenciais como lucratividade, sustentabilidade e bem-estar das pessoas envolvidas no processo. Essa mentalidade limitada gera distorções estratégicas, pois uma empresa pode crescer em faturamento e, ao mesmo tempo, fragilizar-se financeiramente, desgastar sua equipe e comprometer sua longevidade.

É nesse contexto que a Metodologia LRM introduz o conceito de mentalidade lucrativa real, que amplia a compreensão de resultado empresarial. Essa proposta não se restringe a indicadores superficiais de crescimento, mas valoriza dimensões mais consistentes, como a sustentabilidade das operações, a manutenção saudável da margem de lucro e o equilíbrio entre resultados financeiros e qualidade de vida do empreendedor e de sua equipe. O objetivo é romper com a obsessão por faturamento a qualquer custo e ressignificar o que significa ter sucesso em um negócio.

Essa redefinição é fundamental porque reposiciona a lógica empresarial em bases mais sólidas. Ao priorizar margem e saldo de vida, em vez de apenas receita bruta, cria-se uma cultura organizacional que favorece a perenidade, a saúde financeira e a preservação humana. Em outras palavras, sucesso passa a ser entendido como a capacidade de gerar prosperidade sustentável, conciliando crescimento econômico com qualidade de vida. Essa mudança de mentalidade não apenas fortalece o negócio diante das oscilações do mercado, como também oferece ao empreendedor a possibilidade de construir um legado equilibrado, sólido e duradouro.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

Exercício de Reprogramação de Crenças

A prática de mapear e ressignificar crenças é central. Perguntas como “O que eu ouvi sobre dinheiro e liderança?” ou “Quais vozes internas surgem em momentos de crise?” trazem à superfície programas inconscientes. A experiência prática em diversos segmentos empresariais — como o varejo, a indústria e o setor de serviços — demonstra que grande parte das limitações enfrentadas por empreendedores não se deve apenas a fatores externos de mercado, mas a padrões mentais cristalizados ao longo de sua trajetória. Tais padrões se expressam em declarações internas recorrentes, muitas vezes de caráter inconsciente, que moldam decisões e comportamentos. Segundo Goleman (2013), a forma como líderes interpretam a realidade impacta diretamente sua capacidade de responder a desafios, uma vez que crenças limitantes podem reduzir a visão estratégica e restringir possibilidades de ação.

Ao substituir essas declarações internas por novas afirmações consistentes, alinhadas a uma mentalidade de crescimento e sustentabilidade, ocorre o que a neurociência denomina de reprogramação neural. Pesquisas em plasticidade cerebral (Doidge, 2007) mostram que a repetição de novos padrões cognitivos fortalece conexões sinápticas alternativas, permitindo ao indivíduo adotar perspectivas mais adaptativas e resilientes. No campo da psicologia organizacional, estudos como os de Luthans e Youssef (2007) reforçam que práticas de “psicologia positiva” aplicadas em líderes empresariais resultam em maior engajamento e performance organizacional.

Na Metodologia LRM, essa reprogramação não é apenas um conceito abstrato, mas uma prática aplicada em diferentes setores. Empresários do varejo, por exemplo, ao substituírem crenças de “crescer é apenas vender mais” por declarações que priorizam margem e sustentabilidade, conseguiram ampliar a lucratividade sem sobrecarregar operações. No setor de serviços, gestores que antes se viam como insubstituíveis na execução, ao reprogramarem suas crenças para “meu papel é formar líderes”, passaram a delegar com eficácia, tornando suas empresas autogerenciáveis. Já em indústrias, empresários que acreditavam ser reféns das oscilações econômicas, ao adotarem novas narrativas de controle estratégico e inovação, conseguiram expandir mesmo em períodos de crise.

Portanto, ao substituir declarações limitantes por novas afirmações estruturadas, cria-se uma reprogramação neural que não apenas liberta o empresário de padrões restritivos, mas o conduz a uma mentalidade mais ampla, alinhada ao crescimento sustentável e ao fortalecimento de sua liderança. Trata-se de um processo decisivo para a evolução de líderes em qualquer setor, pois conecta ciência, prática e resultado organizacional.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

ESTUDOS DE CASO

Caso 1 – Empresa de tecnologia

Um empreendedor sobrecarregado, incapaz de delegar, mantinha a crença herdada do pai: “Se eu não fizer, ninguém faz direito.” O resultado era uma equipe estagnada e um líder exausto. Com a aplicação da LRM, reprogramou essa crença para: “Eu posso formar pessoas que farão até melhor do que eu.” Em seis meses, delegou processos-chave, dobrou a produtividade e reduziu seu próprio estresse.

Caso 2 – Empresária de moda

Carregava a crença: “Dinheiro afasta pessoas.” Herdada da experiência da mãe, que perdeu amigos ao prosperar. Essa crença travava investimentos e expansão. A ressignificação para “O dinheiro é uma ferramenta de bênção” permitiu que ela expandisse a marca, aumentasse faturamento em 40% e ainda fortalecesse relacionamentos pessoais.

Caso 3 – Empresa de serviços

Um líder repetia: “Liderar é sofrer.” Sob esse paradigma, acumulava esgotamento e culpa ao descansar. A mudança para “Liderar é servir com sabedoria e alegria” transformou sua gestão. A empresa passou a ter reuniões mais leves, a rotatividade caiu e o clima organizacional melhorou sensivelmente.

Esses casos ilustram a aplicação prática da metodologia, confirmando sua eficácia ao alinhar crenças, cultura e liderança.

Liberdade como Novo Paradigma Organizacional

O ponto central da LRM é a liberdade. Empresas não existem apenas para gerar faturamento, mas para sustentar vidas equilibradas e significativas. Liberdade aqui se desdobra em quatro dimensões:

- Tempo – o empresário deixa de ser escravo da operação.
- Emocional – ambientes saudáveis e relações de confiança.
- Financeira – lucro sustentável, não apenas faturamento.
- Espiritual – alinhamento com propósito e essência.

Esse paradigma expande os referenciais de sucesso organizacional e dialoga com uma nova geração de empreendedores que não aceitam mais trocar vida por negócios.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

CONSIDERAÇÕES

Este estudo de casos, demonstrou que a saúde das empresas não depende apenas de estratégias de mercado, mas de fundamentos invisíveis: identidade, cultura e mentalidade. A Metodologia LRM oferece uma contribuição singular ao unir teoria consolidada com prática vivida, propondo um modelo que resgata a liberdade como indicador legítimo de sucesso empresarial.

Em um contexto de alta pressão e crises constantes, o empresário que adota essa abordagem não apenas fortalece sua organização, mas encontra um caminho para restaurar sua própria vida. A implicação é clara: crescimento sem cultura é expansão do problema, e mentalidades fixas perpetuam ciclos de limitação.

A academia pode encontrar aqui um campo fértil para pesquisas sobre o impacto da reprogramação de crenças na performance organizacional. E os empresários encontram um convite prático para construir negócios mais saudáveis, humanos e duradouros.

REFERÊNCIAS

BARNEY, J. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.

CAMERON, K. S.; QUINN, R. E. **Diagnosing and changing organizational culture**. San Francisco: Jossey-Bass, 2011.

COLLINS, J.; PORRAS, J. **Built to last**: successful habits of visionary companies. New York: Harper Business, 1994.

DELOITTE. **Global Human Capital Trends**. New York: Deloitte Insights, 2022.

DRUCKER, P. F. **Management challenges for the 21st century**. New York: Harper Business, 1999.

DWECK, C. S. **Mindset**: the new psychology of success. New York: Random House, 2006.

EDMONDSON, A. **The fearless organization**. Hoboken: Wiley, 2018.

GALLUP. **State of the global workplace report**. Washington: Gallup Inc., 2023.

GOLEMAN, D. **Leadership**: the power of emotional intelligence. Northampton: More Than Sound, 2011.

HOFSTEDE, G. **Culture's consequences**: comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 2001.

KOTTER, J. P. **Leading change**. Boston: Harvard Business Review Press, 2012.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

KOTTER, J. P.; HESKETT, J. L. **Corporate culture and performance**. New York: Free Press, 1992.

LENCIONI, P. **The five dysfunctions of a team**. San Francisco: Jossey-Bass, 2002.

MAXWELL, J. **The 21 irrefutable laws of leadership**. Nashville: Thomas Nelson, 2007.

MCKINSEY & COMPANY. **The great attrition**. [S. l.]: McKinsey Global Institute, 2021.

OECD. **Globalisation and business resilience**. Paris: OECD, 2019.

ROCK, D. **Your brain at work**. New York: Harper Business, 2009.

SCHEIN, E. H. **Organizational culture and leadership**. 5. ed. Hoboken: Wiley, 2017.

TALEB, N. N. **Antifragile**: things that gain from disorder. New York: Random House, 2012.

WEF – WORLD ECONOMIC FORUM. **Future of jobs report**. Geneva: WEF, 2020; 2022.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.