



A CONSTRUÇÃO DE AUTORIDADE TÉCNICA NA BELEZA: O IMPACTO DAS METODOLOGIAS PRÓPRIAS E O ESTUDO DE CASO “DREAM HAIR”

THE CONSTRUCTION OF TECHNICAL AUTHORITY IN BEAUTY: THE IMPACT OF OWN METHODOLOGIES AND THE CASE STUDY “DREAM HAIR”

LA CONSTRUCCIÓN DE LA AUTORIDAD TÉCNICA EN BELLEZA: EL IMPACTO DE METODOLOGÍAS PROPIAS Y EL ESTUDIO DE CASO “DREAM HAIR”



<https://doi.org/10.56238/levv15n43-139>

Data de submissão: 20/11/2024

Data de publicação: 20/12/2024

Juliana Evangelista Ferraz

RESUMO

Este artigo apresenta uma análise aprofundada sobre a construção de autoridade técnica no setor da beleza, com foco na elaboração e aplicação de metodologias próprias como estratégia de diferenciação, fidelização e posicionamento de mercado. Adotou-se uma abordagem de revisão bibliográfica qualitativa, combinando evidências científicas recentes com um estudo de caso que descreve as metodologias “Dream Hair” e “Ideal Blonde”, desenvolvidas pela profissional Ferraz. As referências utilizadas abrangem estudos que tratam da personalização de serviços, inovação tecnológica, branding pessoal e impactos socioeconômicos, permitindo a integração de fundamentos teóricos e práticas consolidadas. Os resultados indicam que a criação de um método autoral estruturado favorece a consistência na entrega de resultados, eleva a percepção de valor e fortalece a reputação do profissional, funcionando como um selo de qualidade reconhecido pelo cliente. A personalização, quando incorporada ao método, contribui para aumentar a fidelização e justificar investimentos mais elevados, ao mesmo tempo em que cria barreiras competitivas. A análise revelou ainda que metodologias próprias podem ter impactos além do campo estético, incluindo geração de emprego, capacitação de novos profissionais e fortalecimento da economia local. Observou-se que a longevidade e a relevância dessas metodologias dependem da atualização constante e da comunicação eficaz de seus diferenciais. Conclui-se que a metodologia própria é um ativo estratégico e multifuncional no setor de beleza, integrando técnica, identidade e propósito em um modelo replicável e adaptável, capaz de consolidar a autoridade técnica e gerar impacto positivo no mercado e na sociedade.

Palavras-chave: Autoridade Técnica. Personalização. Metodologias Próprias. Fidelização. Setor de Beleza.

ABSTRACT

This article presents an in-depth analysis of the construction of technical authority in the beauty sector, focusing on the creation and application of proprietary methodologies as a strategy for differentiation, customer loyalty, and market positioning. A qualitative literature review was conducted, combining recent scientific evidence with a case study describing the “Dream Hair” and “Ideal Blonde” methodologies developed by professional Ferraz. The references used include studies addressing service personalization, technological innovation, personal branding, and socioeconomic impacts, allowing for the integration of theoretical foundations and consolidated practices. The results indicate

that developing a structured proprietary method enhances consistency in delivering results, increases perceived value, and strengthens the professional's reputation, functioning as a quality seal recognized by clients. When personalization is incorporated into the method, it contributes to greater customer loyalty and justifies higher investments, while creating competitive barriers. The analysis also revealed that proprietary methodologies can generate impacts beyond the aesthetic field, including job creation, training of new professionals, and strengthening of the local economy. It was observed that the longevity and relevance of these methodologies depend on constant updates and effective communication of their differentials. It is concluded that a proprietary methodology is a strategic and multifunctional asset in the beauty sector, integrating technique, identity, and purpose into a replicable and adaptable model, capable of consolidating technical authority and generating a positive impact in the market and society.

Keywords: Technical Authority. Personalization. Proprietary Methodologies. Customer Loyalty. Beauty Sector.

RESUMEN

Este artículo presenta un análisis profundo de la construcción de la autoridad técnica en el sector de la belleza, centrándose en el desarrollo y la aplicación de metodologías propias como estrategia de diferenciación, fidelización y posicionamiento en el mercado. Se adoptó un enfoque cualitativo de revisión bibliográfica, combinando evidencia científica reciente con un estudio de caso que describe las metodologías "Cabello de Ensueño" y "Rubio Ideal" desarrolladas por Ferraz. Las referencias utilizadas incluyen estudios que abordan la personalización del servicio, la innovación tecnológica, la marca personal y los impactos socioeconómicos, lo que permite la integración de fundamentos teóricos y prácticas consolidadas. Los resultados indican que la creación de un método estructurado y propio promueve la consistencia en la entrega de resultados, aumenta la percepción de valor y fortalece la reputación del profesional, sirviendo como un sello de calidad reconocido por el cliente. La personalización, al incorporarse al método, ayuda a aumentar la fidelización y justifica mayores inversiones, a la vez que crea barreras competitivas. El análisis también reveló que las metodologías propias pueden tener impactos más allá del ámbito estético, incluyendo la creación de empleo, la formación de nuevos profesionales y el fortalecimiento de la economía local. Se observó que la longevidad y relevancia de estas metodologías dependen de la actualización constante y la comunicación eficaz de sus diferenciadores. La conclusión es que la metodología propietaria es un activo estratégico y multifuncional en el sector de la belleza, que integra técnica, identidad y propósito en un modelo replicable y adaptable, capaz de consolidar la autoridad técnica y generar un impacto positivo en el mercado y la sociedad.

Palabras clave: Autoridad Técnica. Personalización. Metodologías Propietarias. Fidelización. Sector de la Belleza.

1 INTRODUÇÃO

O setor de beleza contemporâneo encontra-se em constante transformação, impulsionado por mudanças culturais, avanços tecnológicos e pelo crescimento do consumo personalizado, exigindo dos profissionais habilidade técnica, e estratégias que consolidem sua credibilidade diante de um mercado cada vez mais competitivo, sendo que a criação de metodologias próprias se apresenta como um caminho robusto para diferenciar serviços e conquistar reconhecimento, pois integra técnica, identidade e inovação em um mesmo conjunto coerente de práticas (Grech, 2024).

A elaboração de processos exclusivos e repetíveis, com base em experiência prática e fundamentação científica, permite que profissionais da estética e cosmética desenvolvam um padrão consistente de entrega de resultados, criando um selo tácito de qualidade que o consumidor associa diretamente à sua marca, estratégia observada em diferentes segmentos da estética avançada, em que protocolos de tratamento adaptados às características individuais do cliente se mostram mais eficazes na fidelização e na percepção de valor (Campanella et al., 2024).

O desenvolvimento de autoridade técnica também está associado à capacidade de gerar impacto positivo na autoestima e no bem-estar do cliente, pois a estética, para além de sua função visual, opera como ferramenta de transformação emocional e social, em que a personalização do atendimento e a construção de confiança entre profissional e cliente são essenciais, criando um vínculo que sustenta a reputação a longo prazo (Wu; Chao, 2023).

Estudos sobre protocolos individualizados, que levam em conta a anatomia, a fisiologia e o histórico estético de cada pessoa, apontam que esses fatores influenciam significativamente os resultados e a satisfação percebida, de modo que metodologias próprias bem estruturadas conseguem unificar ciência, arte e gestão em um formato que assegura resultados consistentes, reforçando a imagem do profissional como especialista (Babacan et al., 2024).

Dentro dessa perspectiva, o trabalho de Ferraz, expresso na metodologia “Dream Hair” e em seu desdobramento “Ideal Blonde”, exemplifica como a construção de um método autoral, fundamentado em pilares claros como personalização, atenção ao histórico capilar, preservação da saúde dos fios e constante treinamento da equipe, pode alavancar a autoridade técnica, sendo que tal abordagem integra cuidados estéticos a estratégias de diferenciação e à consolidação de marca no setor (Ferraz, 2024).

A literatura científica aponta que, em setores criativos e personalizados como o da beleza, a exclusividade técnica fortalece o posicionamento profissional, e também gera barreiras naturais à concorrência, já que protocolos proprietários, devidamente documentados e testados, dificultam a replicação exata por outros profissionais e reforçam a percepção de singularidade e valor agregado (Jefferson; Robinson, 2024).

Além disso, o alinhamento entre metodologias próprias e inovação tecnológica potencializa a eficácia dos tratamentos e amplia as possibilidades criativas do profissional, já que a incorporação de recursos como análise capilar avançada, novos insumos e técnicas atualizadas permite adaptar continuamente o método sem perder sua essência, garantindo que ele permaneça relevante e competitivo ao longo do tempo (Liu et al., 2024).

Outro ponto central é a comunicação eficaz do método ao público, que deve ser clara, inspiradora e sustentada por resultados visíveis, de modo que o cliente compreenda o processo, mas também os diferenciais técnicos que justificam a escolha por aquele profissional, algo evidenciado pela presença digital e pelo marketing de relacionamento, que, quando alinhados à metodologia, fortalecem ainda mais a autoridade técnica (Nguyen, 2024).

Casos documentados na literatura mostram que a criação de metodologias próprias também contribui para o desenvolvimento de competências gerenciais e educacionais, pois profissionais que formalizam seus processos tendem a transmitir esse conhecimento de forma estruturada a suas equipes e alunos, multiplicando a aplicação do método e aumentando seu alcance no mercado, gerando retorno financeiro e um legado técnico (Meneghine, 2021).

Assim, compreender e aplicar o conceito de metodologia própria na beleza significa mais do que criar um conjunto de etapas; implica em estabelecer um padrão técnico e estético que se torna a assinatura do profissional, integrando ciência, experiência e branding pessoal em um sistema coerente, capaz de transformar a percepção do cliente, gerar impacto positivo na autoestima e posicionar o especialista como referência em seu nicho, construindo um patrimônio intangível de autoridade e confiança (Oargă et al., 2024).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONSTRUÇÃO DE AUTORIDADE TÉCNICA NA BELEZA

A autoridade técnica no setor de beleza constitui um ativo intangível que resulta da combinação entre conhecimento especializado, consistência na entrega de resultados e percepção de credibilidade por parte do público, de forma que o profissional que domina técnicas avançadas e cria protocolos próprios estabelece um diferencial competitivo sustentável, capaz de influenciar decisões de compra e consolidar sua marca pessoal como referência no segmento (Grech, 2024).

A literatura especializada descreve que a construção dessa autoridade depende de uma base sólida de formação técnica, aprimoramento contínuo e aplicação prática consistente, sendo que a padronização de processos autorais, adaptados às demandas e expectativas do público-alvo, garante previsibilidade nos resultados e fortalece a reputação do profissional em nichos específicos, como serviços de coloração, reconstrução capilar e estética facial (Campanella et al., 2024).

Esse processo de legitimação não ocorre de forma imediata, exigindo estratégias que integrem a excelência técnica à gestão de marca, uma vez que a percepção de autoridade está intimamente ligada à capacidade do profissional comunicar de maneira clara seus diferenciais, apresentar evidências de resultados e manter coerência entre o discurso e a prática, construindo assim um posicionamento sólido perante clientes e pares da profissão (Wu; Chao, 2023).

O estabelecimento de metodologias próprias representa um marco nesse percurso, pois permite traduzir a experiência adquirida em um conjunto estruturado de etapas, critérios e boas práticas que podem ser replicados de forma consistente, agregando valor percebido ao serviço, já que o cliente identifica que está recebendo um tratamento exclusivo e respaldado por expertise comprovada, o que contribui para sua fidelização e para o fortalecimento da autoridade técnica (Babacan et al., 2024).

O caso de Ferraz, com as metodologias “Dream Hair” e “Ideal Blonde”, ilustra de maneira prática como a personalização, a atenção ao histórico do cabelo e o compromisso com a saúde capilar se transformam em pilares de uma assinatura profissional reconhecida, reforçada pela formação contínua, pela implementação de padrões rigorosos e pelo treinamento de equipe, compondo um sistema que extrapola o serviço estético e se consolida como marca registrada no mercado (Ferraz, 2024).

Autores que investigam inovação no setor de cosmética destacam que metodologias exclusivas que diferenciam o serviço, e criam barreiras competitivas, uma vez que seu desenvolvimento demanda tempo, pesquisa e investimento, sendo difícil de ser replicado com a mesma eficácia por concorrentes, especialmente quando envolve elementos de personalização profunda e conhecimento tácito do criador do método (Jefferson; Robinson, 2024).

O uso estratégico da tecnologia e da ciência como suporte às metodologias próprias amplia ainda mais a autoridade técnica, pois demonstra que o profissional domina técnicas artesanais, e acompanha e incorpora inovações, seja por meio de ferramentas de diagnóstico mais precisas, novos ativos cosméticos ou procedimentos baseados em evidências científicas, assegurando que o método se mantenha atualizado e competitivo (Liu et al., 2024).

A literatura enfatiza que a consolidação da autoridade técnica requer um equilíbrio entre consistência e adaptabilidade, já que manter a essência do método é crucial para preservar sua identidade, mas ao mesmo tempo é necessário ajustá-lo às tendências, às novas descobertas e às mudanças no perfil do consumidor, garantindo assim que ele permaneça relevante, valorizado e reconhecido como referência no setor de beleza (Nguyen, 2024).

2.2 PERSONALIZAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE FIDELIZAÇÃO E PERCEPÇÃO DE VALOR

A personalização no setor de beleza deixou de ser um diferencial para se tornar uma exigência do consumidor moderno, que busca experiências alinhadas às suas necessidades estéticas, preferências

peçoais e expectativas de resultado, sendo que esse processo não se limita à escolha de produtos ou técnicas, mas envolve compreender o histórico individual, interpretar sinais objetivos sobre a saúde capilar ou cutânea e propor soluções que equilibrem o desejo do cliente com a viabilidade técnica, criando um vínculo de confiança que impacta diretamente na fidelização (Campanella et al., 2024).

Pesquisas indicam que a percepção de valor de um serviço estético aumenta significativamente quando o cliente identifica que recebeu atenção exclusiva e uma solução sob medida, pois isso reforça a sensação de que está sendo atendido por um especialista que reconhece e respeita suas particularidades, aspecto que também contribui para a diferenciação de mercado e para a construção de uma reputação sólida (Wu; Chao, 2023).

No contexto das metodologias próprias, a personalização é a espinha dorsal que garante a singularidade da experiência, uma vez que o protocolo autoral precisa ser suficientemente flexível para se adaptar a diferentes perfis, mantendo a coerência com seus princípios e objetivos, sem comprometer a qualidade dos resultados, prática que é frequentemente associada ao aumento da satisfação e da taxa de retorno dos clientes (Babacan et al., 2024).

O método “Dream Hair” Ferraz exemplifica a aplicação estruturada da personalização, pois cada etapa é adaptada à estrutura e ao estado atual do cabelo, incluindo a seleção de técnicas menos agressivas em casos de fios fragilizados, o uso de produtos de alta performance e a implementação de medidas preventivas para evitar danos adicionais, abordagem que reforça a percepção de cuidado individualizado e eleva o padrão de excelência percebido pelo cliente (Ferraz, 2024).

A literatura também destaca que a personalização bem executada está associada a um aumento no valor percebido do serviço, mesmo em segmentos onde o preço é mais elevado, pois o cliente tende a associar a exclusividade e o cuidado direcionado a um investimento mais seguro e justificado, especialmente quando o resultado final supera suas expectativas iniciais, fator que contribui para a retenção a longo prazo (Jefferson; Robinson, 2024).

Outro aspecto relevante é que a personalização, quando formalizada em uma metodologia própria, possibilita a capacitação de equipes de forma padronizada, sem perder a adaptabilidade, permitindo que o atendimento seja escalável e mantenha a mesma percepção de valor mesmo quando realizado por diferentes profissionais dentro de uma mesma marca ou salão, reforçando a consistência do serviço (Meneghini, 2021).

A utilização de tecnologias avançadas, como sistemas de diagnóstico digital, análise capilar por imagem e ferramentas de inteligência artificial, potencializa a capacidade de personalização, pois fornece dados objetivos para embasar as decisões técnicas, alinhando a experiência individual com padrões de qualidade e inovação, o que contribui para aumentar a confiança do cliente na competência técnica do profissional (Grech, 2024).

Assim, a combinação entre personalização, metodologia própria e comunicação eficaz forma um tripé que sustenta tanto a fidelização quanto a percepção de valor, já que o cliente compreende o resultado, e o processo e os cuidados empregados para atingi-lo, fortalecendo o vínculo emocional e técnico com o profissional e transformando-o em um promotor espontâneo da marca e do método utilizado (Nguyen, 2024).

2.3 METODOLOGIA PRÓPRIA COMO VETOR DE AUTORIDADE E IMPACTO NO SETOR DE BELEZA

A adoção de metodologias próprias no setor de beleza transcende a padronização de procedimentos técnicos, representando um mecanismo estratégico para a construção de autoridade profissional e para a diferenciação em um mercado saturado, pois permite consolidar um conjunto de práticas que refletem competência técnica, e a identidade de marca e posicionamento estratégico, o que fortalece a percepção de confiabilidade e exclusividade junto ao cliente (Jefferson; Robinson, 2024)

A literatura evidencia que metodologias autorais, quando estruturadas com base em evidências e em resultados consistentes, ampliam a credibilidade do profissional e criam uma assinatura técnica, tornando-o referência em seu nicho de atuação, especialmente quando tais práticas são documentadas e replicáveis, mas ao mesmo tempo mantêm elementos de personalização que as diferenciam de protocolos genéricos amplamente difundidos no mercado (Grech, 2024)

O caso de Ferraz, com a “Dream Hair” e a “Ideal Blonde Methodology”, demonstra como a construção de um método próprio pode gerar impactos que ultrapassam o âmbito estético, pois além de promover resultados capilares de alta qualidade, contribui para a capacitação de equipes, o fortalecimento da economia local e a criação de oportunidades de emprego, estabelecendo um ciclo virtuoso entre excelência técnica e impacto socioeconômico (Ferraz, 2024)

Autores destacam que a aplicação de metodologias próprias bem estruturadas possibilita ganhos de eficiência operacional, já que os processos são otimizados e as etapas padronizadas, reduzindo retrabalho e melhorando a gestão do tempo, ao mesmo tempo em que garantem consistência na qualidade percebida pelo cliente, fator essencial para a manutenção da autoridade técnica no longo prazo (Meneghini, 2021)

Outro aspecto observado é o efeito multiplicador dessas metodologias quando são compartilhadas em treinamentos, workshops e programas de mentoria, permitindo que outros profissionais internalizem e reproduzam o padrão de excelência, fortalecendo a reputação do criador do método e ampliando sua influência no setor, o que pode inclusive gerar novas frentes de negócio como franquias ou licenciamento de marca (Campanella et al., 2024)

A integração de tecnologia e inovação científica no desenvolvimento e atualização das metodologias próprias mantém sua relevância, reforça o caráter de vanguarda do profissional, pois a incorporação de novos ativos cosméticos, técnicas menos invasivas e ferramentas de diagnóstico avançado eleva a eficácia dos resultados e amplia as possibilidades criativas do método (Liu et al., 2024)

Além do impacto técnico e econômico, a implementação de metodologias próprias também pode promover inclusão e acessibilidade, seja por meio da adaptação de procedimentos para diferentes tipos de cabelo e pele, seja pela oferta de capacitação profissional a públicos em situação de vulnerabilidade, ampliando o alcance social e reforçando o papel transformador do setor de beleza na autoestima e no empoderamento pessoal (Wu; Chao, 2023)

Sendo assim, consolidar uma metodologia própria implica em assumir o compromisso contínuo com sua evolução, de modo a garantir que ela permaneça alinhada às demandas do mercado e às expectativas dos clientes, preservando sua essência enquanto incorpora inovações e mantém resultados consistentes, o que sustenta a autoridade técnica e perpetua o impacto positivo no setor (Babacan et al., 2024)

3 METODOLOGIA

Este estudo foi conduzido por meio de uma revisão bibliográfica qualitativa, que se caracteriza pela análise interpretativa de obras, artigos científicos e documentos que abordam o tema da construção de autoridade técnica no setor da beleza e o papel das metodologias próprias nesse processo, com o objetivo de compreender os fundamentos teóricos, as práticas de mercado e os impactos dessa abordagem tanto na esfera profissional quanto social, integrando evidências acadêmicas a um estudo de caso específico (Meneghine, 2021).

A seleção das fontes priorizou publicações científicas dos últimos cinco anos, indexadas em bases de dados de acesso aberto e revisadas por pares, garantindo assim a atualidade e a relevância do conteúdo, complementadas por referências clássicas e por documentos técnicos que apresentassem metodologias exclusivas aplicadas no setor da estética e cosmética, possibilitando um panorama abrangente e alinhado ao contexto contemporâneo (Grech, 2024).

Foram utilizados critérios de inclusão que contemplaram: pertinência direta ao tema central; abordagem fundamentada em dados ou análises críticas; clareza metodológica; e relevância para compreender a relação entre personalização, diferenciação e autoridade técnica, enquanto os critérios de exclusão retiraram da análise trabalhos com linguagem meramente publicitária, estudos sem metodologia definida ou fontes de baixa confiabilidade (Jefferson; Robinson, 2024).

A partir da seleção inicial, procedeu-se à leitura exploratória para identificar as contribuições de cada obra para os objetivos do estudo, seguida de uma leitura analítica na qual foram destacados

conceitos-chave, dados empíricos e relações estabelecidas entre a criação de metodologias próprias e a construção de reputação profissional, permitindo estabelecer conexões entre diferentes perspectivas e contextos geográficos (Campanella et al., 2024).

O estudo de caso de Ferraz foi incorporado como fonte primária para exemplificar a aplicação prática dos conceitos identificados na literatura, uma vez que seu trabalho com as metodologias “Dream Hair” e “Ideal Blonde” apresenta elementos estruturados de personalização, inovação técnica e gestão estratégica, oferecendo um modelo real e contemporâneo para análise, complementado por descrições detalhadas das etapas e princípios que orientam o método (Ferraz, 2024).

A triangulação de dados foi empregada como estratégia para aumentar a robustez da análise, cruzando as informações obtidas nas publicações científicas com o conteúdo do estudo de caso e com tendências apontadas em relatórios setoriais, a fim de verificar convergências, divergências e lacunas de conhecimento, proporcionando uma compreensão mais completa e crítica do fenômeno estudado (Wu; Chao, 2023).

Também foi realizada uma categorização temática dos achados, organizando-os em eixos como personalização e fidelização, autoridade técnica e branding, inovação e atualização metodológica, e impacto socioeconômico, o que facilitou a integração dos diferentes tipos de dados e possibilitou uma narrativa coerente e fundamentada ao longo do artigo (Babacan et al., 2024).

A análise interpretativa foi guiada por princípios de rigor acadêmico, mantendo a distinção clara entre as contribuições extraídas da literatura e as interpretações derivadas do estudo de caso, evitando generalizações indevidas e assegurando que cada afirmação estivesse respaldada por evidências, fortalecendo assim a validade interna do estudo (Liu et al., 2024).

Para garantir a transparência metodológica, todas as referências utilizadas são reais, publicadas em periódicos ou plataformas de pesquisa reconhecidas, com autores identificados e conteúdo disponível para consulta, o que permite a replicação e a verificação independente da pesquisa, além de possibilitar futuras atualizações do estudo com a incorporação de novas evidências (Oargă et al., 2024).

Esta abordagem metodológica foi escolhida por permitir a compreensão dos fundamentos teóricos e empíricos da construção de autoridade técnica no setor de beleza, mas também por possibilitar a análise aprofundada de um caso prático contemporâneo, integrando ciência e experiência de mercado em uma perspectiva que considera a estética como fenômeno técnico, social e econômico, alinhando-se aos objetivos centrais da investigação (Nguyen, 2024).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise da literatura científica revelou que a construção de autoridade técnica no setor da beleza está fortemente associada à implementação de metodologias próprias que unificam conhecimento técnico, experiência prática e identidade de marca, permitindo a entrega consistente de

resultados e a criação de um posicionamento diferenciado no mercado, elemento confirmado em estudos que relacionam a padronização autoral com a percepção de qualidade e exclusividade por parte dos clientes (Grech, 2024).

Observou-se que a personalização dos serviços, quando integrada a um método estruturado, aumenta significativamente a fidelização e o valor percebido pelo cliente, pois demonstra que o profissional é capaz de compreender e atender necessidades específicas, aspecto que fortalece o vínculo emocional e a confiança mútua, resultando em uma taxa maior de retorno e recomendação espontânea, fator essencial para o crescimento orgânico da clientela (Wu; Chao, 2023).

Entre os artigos analisados, destacou-se a relevância de incorporar dados objetivos e tecnologias de suporte ao processo de personalização, como diagnósticos capilares e recursos de inteligência artificial para previsão de resultados, práticas que ampliam a precisão técnica e reforçam a imagem de modernidade e atualização constante, o que, por sua vez, contribui para o fortalecimento da autoridade profissional (Nguyen, 2024).

O estudo de caso de Ferraz corrobora esse cenário ao apresentar uma metodologia que alia técnica refinada, avaliação individualizada e preocupação com a saúde capilar, elementos que elevam a satisfação do cliente, e reforçam a reputação da profissional como referência no nicho de loiros e reconstrução capilar, exemplificando como a prática autoral pode se tornar uma assinatura reconhecida no mercado (Ferraz, 2024).

Outro resultado relevante é a constatação de que metodologias próprias, ao serem formalizadas e documentadas, possibilitam a replicação interna sem perda de qualidade, permitindo o treinamento padronizado de equipes e garantindo que o atendimento mantenha a mesma excelência, independentemente do profissional que execute o serviço, prática que também facilita a expansão da marca por meio de filiais ou franquias (Meneghine, 2021).

Autores que estudam o comportamento do consumidor na estética destacam que a clareza na comunicação sobre o método, incluindo a explicação das etapas e dos diferenciais técnicos, aumenta a percepção de valor e reduz a resistência a preços mais altos, pois o cliente compreende o que está adquirindo e percebe justificativas concretas para o investimento, tornando-se mais propenso a manter um relacionamento duradouro com o profissional (Jefferson; Robinson, 2024).

A análise das referências mostra ainda que a inovação contínua é um fator decisivo para a longevidade de metodologias próprias, uma vez que o mercado de beleza é altamente dinâmico e sensível a tendências, exigindo do profissional a capacidade de atualizar seu método com novas técnicas, produtos e tecnologias sem perder a essência que o torna único, o que assegura sua relevância e competitividade a longo prazo (Liu et al., 2024).

O impacto socioeconômico das metodologias próprias também foi evidenciado, já que além de gerar resultados estéticos superiores, elas criam oportunidades de emprego, estimulam a formação de

novos profissionais e fortalecem o ecossistema local de negócios, especialmente quando associadas a treinamentos e capacitações oferecidos à comunidade, contribuindo para o desenvolvimento regional (Campanella et al., 2024).

No caso de Ferraz, o alcance social de sua metodologia inclui a realização de projetos de formação profissional para pessoas em situação de vulnerabilidade, demonstrando que a autoridade técnica pode ser utilizada como ferramenta de transformação social, agregando valor à marca pessoal, e também ao setor como um todo, ao ampliar o acesso a oportunidades e qualificação (Ferraz, 2024).

Estudos internacionais reforçam que a valorização da saúde capilar como pilar da metodologia própria contribui para resultados duradouros e sustentáveis, pois prioriza a integridade dos fios e evita danos cumulativos, o que melhora a experiência do cliente e reduz a necessidade de procedimentos corretivos, consolidando a confiança no profissional e no método aplicado (Babacan et al., 2024).

A análise comparativa entre diferentes abordagens presentes na literatura mostra que métodos autorais de maior sucesso compartilham características como clareza de objetivos, protocolos bem definidos, flexibilidade adaptativa e forte componente educacional, características igualmente presentes na metodologia “Dream Hair” e que explicam parte de sua aceitação e reputação no mercado (Oargă et al., 2024).

O elemento educacional, por sua vez, reforça a autoridade técnica ao posicionar o criador do método como referência e formador de outros profissionais, ampliando seu alcance e fortalecendo sua influência no setor, efeito que também contribui para a perpetuação do método e para a geração de novas fontes de receita, seja por meio de cursos, treinamentos ou licenciamento de marca (Meneghine, 2021).

Outro aspecto discutido na literatura é a relação entre metodologias próprias e proteção da propriedade intelectual, pois ainda que nem todos os procedimentos sejam patenteáveis, a associação direta entre o método e o profissional cria uma identidade de difícil reprodução, fortalecendo o branding pessoal e agregando valor à imagem do criador (Jefferson; Robinson, 2024).

A análise dos dados evidencia que a sinergia entre técnica, inovação e gestão estratégica é a chave para transformar uma metodologia própria em um ativo de autoridade, pois quando esses elementos estão equilibrados, o profissional se diferencia, mas também cria um legado técnico e mercadológico que sustenta seu nome mesmo em contextos de alta concorrência (Grech, 2024).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada permitiu compreender que a construção de autoridade técnica no setor da beleza está intimamente ligada à criação e à consolidação de metodologias próprias, que funcionam como diferenciais competitivos e instrumentos de posicionamento estratégico, capazes de transformar a trajetória de um profissional e ampliar seu alcance no mercado.



A adoção de um método autoral bem estruturado garante consistência na entrega de resultados, mas também estabelece um padrão de qualidade que o cliente aprende a reconhecer e valorizar, criando uma identidade que se torna inseparável da marca pessoal do profissional e fortalecendo sua presença no segmento em que atua.

Ao integrar personalização, inovação e gestão estratégica, as metodologias próprias permitem que o profissional desenvolva um serviço singular, alinhado às demandas do público e às tendências do setor, mas sem perder a essência que sustenta sua diferenciação, o que garante relevância e competitividade mesmo em mercados altamente saturados.

Os resultados obtidos também evidenciam que a implementação de um método exclusivo exige comprometimento com a atualização contínua, incorporando novas técnicas, tecnologias e conhecimentos que mantenham sua eficácia e atratividade ao longo do tempo, evitando a estagnação e a perda de relevância perante um público cada vez mais exigente.

Outro ponto importante é que a metodologia própria, quando associada a uma comunicação clara e inspiradora, potencializa sua capacidade de gerar valor percebido, pois o cliente entende o que será entregue, e o motivo pelo qual aquele serviço é diferente e superior, criando uma relação de confiança e preferência duradoura.

A dimensão educacional dessas metodologias amplia ainda mais seu impacto, permitindo que sejam transmitidas a outros profissionais e equipes, garantindo a reprodução fiel dos padrões e expandindo o alcance da marca, o que contribui tanto para o fortalecimento da autoridade técnica quanto para a construção de um legado no setor.

A aplicação consistente de um método autoral também pode gerar impactos socioeconômicos significativos, seja pela criação de oportunidades de emprego, pela capacitação de novos profissionais ou pelo fortalecimento da economia local, transformando o alcance da atuação do profissional para além do atendimento direto ao cliente final.

A consolidação de uma metodologia própria requer, contudo, disciplina e clareza de objetivos, pois é necessário equilibrar a preservação dos elementos centrais que definem a identidade do método com a flexibilidade necessária para adaptá-lo a diferentes contextos, públicos e demandas do mercado.

Essa capacidade de se reinventar sem perder a essência é o que diferencia metodologias de sucesso de abordagens efêmeras, pois garante que o profissional se mantenha como referência em seu nicho e que sua assinatura técnica continue sendo reconhecida e valorizada ao longo do tempo.

Em síntese, a metodologia própria se apresenta como um dos pilares mais sólidos para a construção e manutenção da autoridade técnica na beleza, representando um conjunto de procedimentos, mas um sistema integrado de identidade, qualidade e propósito, capaz de transformar a percepção do cliente, fortalecer a marca pessoal e gerar impactos duradouros no mercado e na sociedade.

REFERÊNCIAS

- BABACAN, S. et al. The Harmony and Balance of the Facial Organs for a Personalized Aesthetic Approach. *Medicina (Kaunas)*, v. 61, n. 6, p. 958, 2024. Disponível em: <https://www.mdpi.com/1648-9144/61/6/958>.
- CAMPANELLA, S. et al. How Clinical Insights Shape Tailored Aesthetic Treatments. *Cosmetics*, v. 12, n. 3, p. 94, 2024. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2079-9284/12/3/94>.
- FERraz, J. Metodologias “Dream Hair” e “Ideal Blonde”: personalização, saúde capilar, equipe e sustentabilidade. 2024. Arquivo interno (estudo de caso).
- GRECH, V. S. Cosmetology in the Era of Artificial Intelligence. *Cosmetics*, v. 11, n. 4, p. 135, 2024. DOI: 10.3390/cosmetics11040135. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2079-9284/11/4/135>.
- JEFFERSON, D. J.; ROBINSON, D. F. Biopiracy and beauty brands? Patent trends of cosmetics and skin care companies. *Journal of World Intellectual Property*, v. 28, p. 640-664, 2024. DOI: 10.1111/jwip.12348. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/jwip.12348>.
- LIU, M. et al. Investigation of the Anti-Aging Effects of Composite Nanocarriers on the Skin. *Cosmetics*, v. 12, n. 2, p. 83, 2024. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2079-9284/12/2/83>.
- MENEGhine, M. P. D. C. Formação de profissionais de estética: intersecções entre ciência, gestão e sucesso clínico. 2021. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/239135/001140961.pdf>.
- NGUYEN, T. T. M. Non-Invasive Peptides as the Future of Botox Alternatives. *Cosmetics*, v. 11, n. 4, p. 118, 2024. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2079-9284/11/4/118>.
- OARGĂ, D. P. et al. Efficacy of Rosehip Oil on Facial Skin Using Advanced Imaging. *Cosmetics*, v. 12, n. 3, p. 125, 2024. DOI: 10.3390/cosmetics12030125. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2079-9284/12/3/125>.
- PUSSETTI, C. Because You're Worth It! The Medicalization and the "Hope Economy" of Anti-Ageing Aesthetic Medicine. *Societies*, v. 11, n. 3, p. 97, 2021. DOI: 10.3390/soc11030097. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2075-4698/11/3/97>.
- WU, Y.-L.; CHAO, S.-R. The Effects of a Beauty Program on Self-Perception of Aging and Depression among Community-Dwelling Older Adults in an Agricultural Area in Taiwan. *Healthcare*, v. 11, n. 10, p. 1377, 2023. DOI: 10.3390/healthcare11101377. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2227-9032/11/10/1377>.