

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS
CENTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA**

**ESTUDO DO MERCADO IMOBILIÁRIO DE BELO HORIZONTE:
DIAGNÓSTICO DE PREÇO E OFERTA EM TRÊS REGIÕES DA CIDADE**

ISABELLA BORGES LANNA GARZON

**Belo Horizonte
2012**

ISABELLA BORGES LANNA GARZON

**ESTUDO DO MERCADO IMOBILIÁRIO DE BELO HORIZONTE:
DIAGNÓSTICO DE PREÇO E OFERTA EM TRÊS REGIÕES DA CIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Gestão Estratégica (Pós-Graduação Lato Sensu) do CEPEAD/CAD/FACE da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Especialista em Gestão Estratégica, área de concentração em Gestão de Negócios.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a banca examinadora em 21 de Março de 2012.

Orientadora: Viviane Dias Loyola

**Belo Horizonte
2012**



**Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Departamento de Ciências Administrativas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização e Gestão Estratégica**

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO do(a) Senhor(a) **ISABELLA BORGES LANNA GARZON**, REGISTRO Nº **2010724512**. No dia 21/03/2012, às 18:00 horas, reuniu-se na Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização e Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **"ESTUDO DO MERCADO IMOBILIÁRIO DE BELO HORIZONTE. Diagnóstico de preço e oferta em três regiões da cidade"**, requisito para a obtenção do **Título de Especialista**. Abrindo a sessão, a orientador(a) e Presidente da Comissão, Professor(a) Viviane Dias Loyola, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra ao aluno(a) para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas do(a) aluno(a). Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do(a) aluno(a) e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

() APROVAÇÃO CONDICIONADA A SATISFAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS CONSTANTES NO VERSO DESTA FOLHA, NO PRAZO FIXADO PELA BANCA EXAMINADORA (PRAZO MÁXIMO de 60 SESENTA DIAS)

() NÃO APROVADO

O resultado final foi comunicado publicamente ao(a) aluno(a) pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 21/03/2012.

Prof^a. Viviane Dias Loyola
(Orientador)

Prof. Marco Antônio Machado

Dedico este trabalho a minha mãe, por ser admiravelmente forte e por acreditar que somos capazes de tudo, desde que desejemos profundamente.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço à minha orientadora, Professora Viviane Dias Loyola, pelo apoio, incentivo e generosidade em compartilhar seus conhecimentos e ideias.

A todos os professores do curso, que me mostraram várias ferramentas e faces da gestão estratégica que poderei usar na minha carreira profissional.

A todos os funcionários do CEPEAD e da FACE, em especial Dayanne e Evandro, que sempre me ajudaram prontamente quando precisei, de forma carinhosa e atenciosa.

Ao meu marido e colega de sala Mateus, que mais uma vez esteve ao meu lado com o seu incentivo, opinião, carinho, parceria e várias ideias que contribuíram para conclusão deste trabalho.

A todos os colegas da turma G33, sempre alegres e participativos. Em especial, aos grandes amigos Patrícia e Lucas, cujas agradáveis convivência e companheirismo serão inesquecíveis.

A minha família, que me incentivou bastante durante toda essa caminhada, principalmente ao meu pai, mais uma vez obrigada!

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Os 4 P's do mix de marketing (KOTLER, 2000).....	12
Figura 2 – Determinantes das necessidades e dos desejos do consumidor (CZINKOTA <i>et al.</i> , 2001)	14
Figura 3 – Elasticidade da demanda (LAS CASAS, 2006, p. 363)	15
Figura 4 - Medida do grau de desigualdade existente na distribuição de indivíduos segundo a renda domiciliar per capita. Fonte: Ipea.....	22
Figura 5 - Regiões do Município de Belo Horizonte	28
Figura 6 - Informações sobre as regiões de Belo Horizonte	29
Figura 7 – Distribuição dos preços dos imóveis ofertados na região Centro-Sul de Belo Horizonte.....	35
Figura 8 - Distribuição dos preços dos imóveis ofertados na região Oeste de Belo Horizonte	36
Figura 9 - Distribuição dos preços dos imóveis ofertados na região Norte de Belo Horizonte.....	37
Figura 10 – Quantidade de suítes por apartamento e por região, em porcentagem .	38
Figura 11 – Quantidade de vagas por apartamento e por região, em porcentagem .	39
Figura 12 – Comparativo entre os preços médios e ofertas de imóveis, por região..	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Classificação dos bairros de Belo Horizonte (Censo de 2000).....	32
Tabela 2 - Classificação do padrão médio das regiões segundo a classificação dos bairros	32
Tabela 3 – Valor unitário e quantidade de imóveis ofertados por região.....	33
Tabela 4 – Valor unitário dos imóveis ofertados por região	34

RESUMO

O aquecimento do mercado imobiliário brasileiro, nos últimos anos, suportado pelo aumento de renda, principalmente das classes mais populares, têm impulsionado o mercado de Belo Horizonte na venda de imóveis residenciais. Crescem o número de imobiliárias atuando no setor, a demanda por imóveis, o volume de negociações, assim como o preço para aluguel e venda. Somente nos primeiros cinco meses de 2011, os imóveis na capital mineira registraram uma valorização média do metro quadrado de 14%, o que a faz ocupar o segundo lugar no ranking das cidades em que o preço dos imóveis ficou mais caro. Com base nesse panorama, surgiu a curiosidade por um estudo que identificasse, em uma perspectiva comparativa entre regiões da cidade, a oferta e o preço de imóveis no município de Belo Horizonte. Três regiões da cidade foram selecionadas como objeto de análise: Norte, Centro-Sul e Oeste. A diversidade histórica, populacional e socioeconômica entre as regiões serviu como base para escolha. A empresa Net Imóveis se mostrou, a partir de seu *site*, a mais completa em termos de informações sobre imóveis ofertados e, por isso, foi selecionada para coleta e avaliação de dados de preço e oferta. Foi observado que, apesar do crescimento e do incentivo do governo para a expansão na região Norte, a oferta de imóveis nessa região é a menor, enquanto a região Oeste apresentou uma elevada oferta de imóveis. O valor unitário dos imóveis calculado a partir dos dados coletados confirmou que a região Centro-Sul continua sendo a região mais valorizada (R\$ 5.395,62/m²). Por sua vez, a região Oeste e a região Norte apresentaram valores unitários mais próximos, R\$ 3.741,77/m² e R\$ 3.047,31/m², respectivamente. A tradição da região Centro-Sul como sendo nobre e detentora de uma valorizada área comercial, a proximidade da região Oeste desta referida região tradicional, juntamente com a presença de bairros com expansões expressivas como o Buritis, e o crescimento da região Norte foram aspectos observados.

Palavras-chave: Mercado Imobiliário, Preço, Oferta, Demanda

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.1. Marketing	11
2.1.1. Mix de marketing	12
2.2. Necessidade, Desejo e Demanda	13
2.2.1 Demanda versus Preço	15
2.3. Fatores que Influenciam o Processo de Compra	15
2.3.1. Fatores culturais.....	16
2.3.2. Fatores sociais	16
2.3.3. Fatores pessoais.....	16
2.3.4. Fatores psicológicos	17
2.4. Marketing de Varejo: Foco no Processo de Vendas	18
2.5. Estratificação social e conceito de classe	19
3. METODOLOGIA, RESULTADOS E ANÁLISES	23
3.1. Panorama Econômico Brasileiro	23
3.2. Histórico do Mercado Imobiliário no Brasil	24
3.3. Crescimento do Mercado Imobiliário Brasileiro	25
3.4. Metodologia de Pesquisa	26
3.5. Resultados Alcançados	28
3.6. Classificação dos Bairros em Belo Horizonte	32
3.7. Análise dos Dados Coletados	33
3.8. Influência dos Consumidores no Mercado Imobiliário Analisado	40
4. CONCLUSÃO	42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45

Anexo I – Apresentação do *site* da empresa Net Imóveis

Anexo II – Apresentação de *sites* de empresas concorrentes da Net Imóveis

Anexo III – Dados coletados para a pesquisa no site da empresa Net Imóveis

Anexo IV – Bairros das regionais Centro-Sul, Norte e Oeste

Anexo V – Grupos de bairros em Belo Horizonte a partir da classificação por renda média do chefe do domicílio, segundo Censo 2000

1. INTRODUÇÃO

O bom período que a economia brasileira atravessa tem propiciado dinamismo a diversos setores da economia. O mercado de imóveis, em especial, foi um dos que mais se beneficiou do momento favorável, tornando-se um negócio bastante atrativo, segundo informações apresentadas por Murta (2011). Nos últimos anos cresceu o número de imobiliárias, a demanda por imóveis, o volume de negociações, assim como o preço para aluguel e venda. O preço médio do metro quadrado dos imóveis no país ficou 2,6% mais caro em maio em comparação com abril de 2011, segundo o indicador FipeZap, o que evidencia que os preços têm variado constantemente e com tendência para alta.

O aumento dos preços no Brasil chegou a 12% no acumulado dos últimos meses de 2011, atingindo a marca de R\$5.471 pela média cobrada por metro quadrado. Segundo o mesmo indicador, Belo Horizonte ocupa o segundo lugar no ranking das cidades em que o preço dos imóveis ficou mais caro. Somente em 2011, a capital mineira registrou valorização média do metro quadrado de 14%, perdendo apenas para a cidade de Rio de Janeiro, onde o metro quadrado subiu em média 16% nos primeiros cinco meses de 2011.

Baseado neste panorama, muitas empresas e pessoas têm aproveitado o momento para investir no mercado imobiliário. Além disso, devido ao aumento de imobiliárias, estas se vêem na necessidade de reavaliarem as suas estratégias com a finalidade de se manterem sustentáveis no negócio. Os profissionais da área também precisam estar mais informados a respeito da situação atual e das perspectivas deste mercado. Este trabalho visa avaliar a situação do mercado imobiliário de Belo Horizonte, notadamente a partir da análise de preços e imóveis ofertados em três regiões: a região Centro-Sul, que se destaca pela sua tradição e atual saturação; a região Norte, onde o adensamento populacional é menor e há mais aporte de recursos na parte de infra-estrutura; e a região Oeste, constituída por bairros antigos, como o Prado, e outros de elevado adensamento populacional, como o Buritis.

A escolha desses bairros para análise não foi aleatória, pois obedeceu a critérios de seleção como as regiões que mais crescem ou que possuem maior potencial para isso, em que se oferecem mais imóveis ou em que há maior demanda

de consumo. Já o interesse pelo tema se justifica por ser o mercado imobiliário um dos mais dinâmicos na atualidade e pela possibilidade de se aplicar a este estudo conhecimentos de *marketing* na identificação de políticas de preço e de estratégias de adequação da oferta ao perfil da demanda, na tentativa de se estabelecer um diagnóstico da situação atual na capital mineira.

Neste contexto, o objetivo geral do trabalho é identificar, analisar e comparar os preços e as ofertas dos imóveis nestas regiões de Belo Horizonte, em especial de apartamentos de dois quartos, recorte de pesquisa, para posteriormente refletir sobre a situação do mercado local, já que estas regiões são bastante representativas na cidade. Há ainda a proposta, dentre os objetivos específicos, de se estabelecer uma relação entre o nível socioeconômico da população de cada uma dessas regiões e os preços praticados no mercado; e apresentar dados gerais que evidenciem o crescimento do mercado imobiliário no Brasil.

Para viabilização dos objetivos, foi necessária a seleção de uma rede de imobiliária que atuasse em Belo Horizonte, oferecendo imóveis em diversas regiões, sendo possível a identificação de preços e produtos ofertados por ela. A empresa Net Imóveis se mostrou, a partir de seu *site*, a mais completa em termos de informações sobre imóveis ofertados e, por isso, foi selecionada para coleta e avaliação de dados de preço e oferta.

No desenvolvimento deste trabalho optou-se por uma divisão clássica de capítulos, em que se apresentam, inicialmente, os conceitos relacionados ao tema proposto, ou seja, a fundamentação teórica. Na seqüência, há uma apresentação de dados sobre o panorama econômico e a situação do mercado imobiliário brasileiro, para, posteriormente, dar-se a apresentação de dados e a análise de resultados acerca do mercado de Belo Horizonte.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo são abordados aspectos mercadológicos que influenciam os processos de compra. Primeiramente, é realizada uma breve contextualização dos temas marketing e *mix* de marketing, definindo as variáveis produto, praça, promoção e preço, utilizadas para maior definição de um público alvo. Em um segundo momento, a delimitação dos conceitos de necessidade, desejo e demanda buscam a compreensão dos anseios dos consumidores. Em complemento a este tema, no terceiro item são abordados os fatores que interferem no processo de compra.

Uma análise do marketing de varejo, focada no processo de vendas, é apresentada com a finalidade de compreender aspectos que influenciam o comércio varejista, incluindo o de serviços. No último item, é abordado a estratificação social e o conceito de classe.

2.1. Marketing

O marketing é o processo de adaptação da empresa ao mercado e, segundo Kotler (2000 p. 30), “Marketing é um processo social gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros”. Observa-se, nas últimas décadas, a evolução do conceito, ultrapassando a preocupação exclusiva com o resultado de vendas para contemplar outras variáveis de mercado. Segundo o Kotler (2000, p. 54) “a área vem crescendo nos últimos anos principalmente com o crescimento do setor de serviços”.

Em Kotler e Keller (2006, p. 04) encontra-se a seguinte definição: “Marketing é o processo de planejar e executar a concepção, a determinação do preço, a promoção e a distribuição de idéias, bens e serviços para criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais”. Já para Cobra (2003, p. 29), o marketing é mais do que uma forma de sentir o mercado e adaptar produtos ou serviços – é um compromisso com a busca da melhoria da qualidade de vida das pessoas. Kotler e Keller (2006) afirmam que o marketing ou a administração de marketing possui tarefas bem definidas e formalmente estruturadas.

2.1.1. Mix de marketing

O *mix* de marketing é um conjunto de ferramentas de marketing que pode ser utilizado a fim de compreender o público-alvo. Essas ferramentas são distribuídas em quatro grupos: produto, preço, praça e promoção. Empresas que conseguirem atender às necessidades dos consumidores (produto) de forma econômica (preço) e conveniente (praça), com comunicação efetiva (promoção), serão bem sucedidas (KOTLER, 2000). A Figura 1 mostra algumas variáveis existentes em cada um dos quatro grupos.



Figura 1 – Os 4 P's do mix de marketing (KOTLER, 2000)

Os produtos podem ser bens (utensílios, automóveis, vestuário, etc), serviços (jurídicos, médicos, financeiros, etc), pessoas (candidatos políticos, líderes religiosos, dentre outros), lugares (destinos turísticos, por exemplo) ou ideias (como as campanhas contra as drogas).

Já a fixação de preços deve, no mínimo, ponderar uma estratégia que considere as metas financeiras da organização, as realidades do ambiente do mercado e a estratégia de marketing de um produto. Contudo, a determinação de preços ainda ocorre frequentemente de forma aleatória, sendo revistas rapidamente quando não está de acordo com as expectativas e/ou necessidades do mercado.

A ferramenta de distribuição consiste em criar utilidades de lugar, momento e posse para os clientes. As utilidades de lugar e momento refletem na habilidade do profissional em fornecer produtos no local e no tempo em que o cliente gostaria de adquiri-los. A utilidade de posse facilita a transferência da posse do produto do fornecedor para o consumidor através de canais de marketing, que consistem em um sistema que movimenta um produto desde o produtor até o seu mercado pretendido. De acordo com Michael *et al.* (2001), o marketing evoluiu para o gerenciamento das redes de distribuição geográfica, que estão evoluindo através da inovação tecnológica.

A ferramenta de promoção permite que os clientes e distribuidores do produto conheçam a estratégia de marketing da empresa. Neste campo incluem a publicidade, venda pessoal, relações públicas e promoção de vendas. Ela é também considerada uma forma de comunicação.

Desta forma, os elementos que compõe o *mix* de marketing são controláveis e ajudam as empresas a desenvolver estratégias de posicionamento que diferenciam os seus produtos das ofertas concorrentes.

2.2. Necessidade, Desejo e Demanda

Para entender exatamente o que o cliente procura, é necessário conhecer as suas necessidades. As necessidades podem ser descritas como as exigências humanas básicas, por exemplo, as inerentes para sua sobrevivência (água, comida) ou até mesmo educação, entretenimento, etc. Quando o indivíduo necessita de um objeto específico para satisfazer as suas necessidades, este se torna um desejo. Quando estes desejos são apoiados por uma possibilidade de pagar, ele se torna uma demanda (KOTLER, 2000). Os principais fatores determinantes das necessidades e desejos do consumidor estão apresentados na Figura 2.



Figura 2 – Determinantes das necessidades e dos desejos do consumidor (CZINKOTA *et al.*, 2001)

Saber diferenciar o que é necessidade, desejo ou demanda ajuda o profissional de vendas a compreender melhor o seu cliente e até mesmo a influenciá-lo nos seus desejos. Um determinado produto só alcançará o êxito se proporcionar, junto com sua aquisição, as sensações de valor e satisfação para o consumidor. O quanto aquele produto agrega valor ao cliente em relação a outros que são ofertados é um fator decisivo no processo da compra. O consumidor entende como valor a razão entre o que ele recebe (os benefícios da compra – funcionais e emocionais) e o que ele dá (os custos da compra – capital, tempo, energia, psicológico).

Durante o processo de procura de um imóvel, por exemplo, o cliente procura satisfazer diversas necessidades, como status social, conforto, segurança, entre outros. Primeiramente, cabe aos profissionais do segmento imobiliário interpretar qual cliente em potencial realmente está disposto e apto para adquirir um determinado tipo de imóvel. O mercado imobiliário trabalha constantemente com os desejos das pessoas. Por isso, é importante agregar valores nos imóveis ofertados para que ele apresente diferenciais decisivos para a sua escolha/aquisição.

2.2.1 Demanda versus Preço

A curva da demanda é um gráfico que relaciona a quantidade demandada de um produto com diferentes níveis de preço. Este gráfico refere-se a um produto específico e ajuda na determinação da estratégia a ser adotada. Existem dois tipos de demanda: (i) elástica, quando há mudança na demanda devido a alteração no preço, e (ii) inelástica, quando não há mudanças significativas na demanda do produto quando o preço é alterado (Figura 3). Neste segundo tipo, por exemplo, se a empresa reduzir o preço do produto, ela deixa de ganhar.

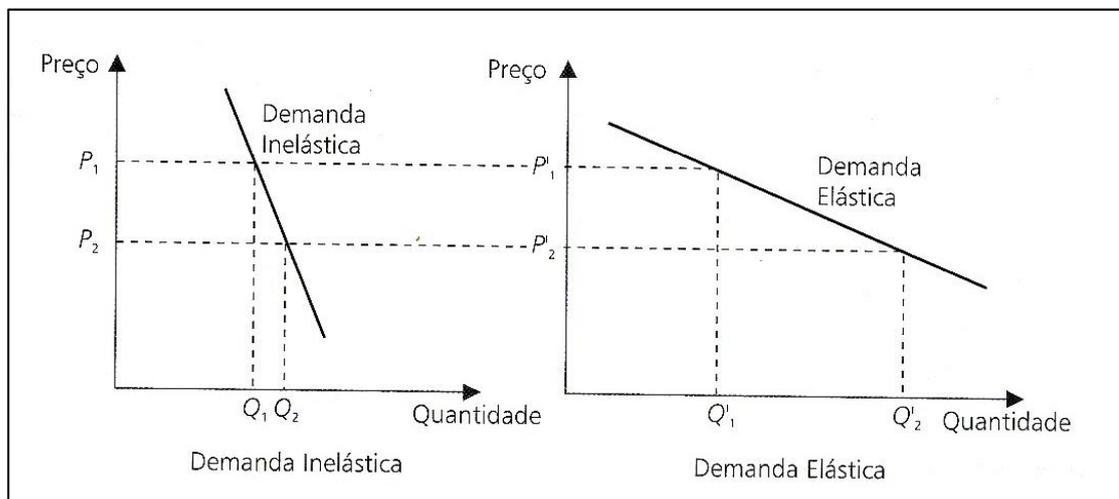


Figura 3 – Elasticidade da demanda (LAS CASAS, 2006, p. 363)

A curva de demanda é influenciada pelas estruturas de mercado (LAS CASAS, 2006). Graficamente, quanto menor a influência da empresa, mais a curva tende a ser plana, como acontece em oligopólios (poucos concorrentes). Em monopólios, a curva da demanda da empresa tende a ser igual à do mercado.

2.3. Fatores que Influenciam o Processo de Compra

Para compreender o comportamento dos consumidores é necessário conhecer as suas influências. Diversos fatores são importantes durante seu processo de compra, entre eles:

2.3.1. Fatores culturais

Estes fatores são os que exercem maior influência nos consumidores. A cultura é o principal fator determinante dos desejos das pessoas, a partir de valores, percepções e hábitos adquiridos de acordo com a sociedade em que se vive. As subculturas, que fornecem a socialização mais específica de seus membros (nacionalidade, regiões geográficas), criam importantes segmentos de mercado, o que pode ser observado a partir das necessidades e desejos específicos. As classes sociais, por exemplo, tendem a definir comportamentos e preferências semelhantes de consumidores.

2.3.2. Fatores sociais

Os grupos de referência são aqueles que exercem alguma influência sobre as atitudes do consumidor. Nestes grupos estão incluídas pessoas de convívio direto ou indireto, que exercem influências positivas e negativas, expondo-as a comportamentos e estilos de vida que influenciam suas atitudes e auto-imagem. Nestes grupos existem os líderes de opinião, que são extremamente relevantes na divulgação informal sobre produtos ou serviços. A família é o grupo de referência primária mais influente.

De acordo com Kotler (2000), as mulheres influenciam bastante na maioria dos processos de compra. Dentre os setores em que a presença da mulher é efetiva está o setor imobiliário. Ainda de acordo com esse autor, os maridos e as mulheres da geração dos *baby-boomers* estão mais dispostos a comprar juntos produtos que se pensava estar sob o controle de um cônjuge ou de outro.

Além dos grupos de referência e da família, especificamente, as pessoas buscam produtos que comunicam seus papéis e status na sociedade.

2.3.3. Fatores pessoais

A idade do consumidor e seu estágio no ciclo de vida (solteiro, casal com filhos, aposentado, etc), além de sua situação financeira, ocupação e seus interesses particulares por determinado produto, moldam seu padrão de consumo. A capacidade de endividamento do consumidor e sua análise da relação gastar *versus*

economizar são levadas em consideração durante um processo de compra. O estilo de vida de uma pessoa e sua personalidade também são fatores a serem considerados durante a análise do comportamento de compra do consumidor.

2.3.4. Fatores psicológicos

Quatro fatores psicológicos são predominantes na escolha de compra de uma pessoa: a motivação, a percepção, a aprendizagem e as crenças e atitudes.

A motivação surge quando a necessidade por determinado bem alcança um determinado nível de intensidade. Sigmund Freud defendia que as pessoas não conseguem compreender completamente a origem de suas motivações, uma vez que existem meios inconscientes que contribuem na definição das motivações humanas. Abraham Maslow explicava que as pessoas são motivadas por necessidades específicas dispostas em uma hierarquia, de acordo com a sua urgência. Assim, por exemplo, as necessidades mais urgentes são as fisiológicas e as menos urgentes são as de auto-realização. Frederick Herzberg desenvolveu a teoria dos dois fatores, que determina a existência de fatores que causam a insatisfação e a satisfação. A busca dos profissionais pelos fatores geradores da satisfação é indicada para serem agregados ao produto, definidos como papel fundamental em relação às compras.

A percepção da pessoa em relação a uma situação define a forma como ela age, não dependendo apenas de estímulos físicos, mas também da relação destes com o ambiente e com a própria pessoa. Apesar do grande número de anúncios que o consumidor está exposto diariamente, ele seleciona aqueles que acha mais relevante (os relacionados com sua necessidade atual, aqueles que se destacam em relação aos seus concorrentes), transforma as informações recebidas a partir do anúncio em significados pessoais de forma a se fazer um julgamento e retém aquilo que acha mais relevante.

A aprendizagem, que surge a partir de experiências, pode permitir com que o consumidor generalize (ou discrimine) a sua resposta a um estímulo semelhante, motivando-o ao consumo. Este tipo de associação é muito utilizado por novas empresas que visam entrar no mercado, utilizando estímulos e sinais semelhantes aos usados pelos concorrentes.

Por fim, as crenças e as atitudes dos consumidores estabelecem padrões coerentes em suas escolhas e dificilmente mudam, logo, é indicado que o produto seja adaptado às atitudes existentes em vez de se tentar mudar as avaliações e sentimentos das pessoas.

2.4. Marketing de Varejo: Foco no Processo de Vendas

De acordo com Las Casas (2000), uma das definições de varejo a considera como uma atividade comercial responsável por providenciar mercadorias e serviços desejados pelos consumidores. De forma abrangente, trata-se da comercialização a consumidores finais. Dentro deste conceito, considera-se o setor de serviço.

Conforme apresentado anteriormente, ajudar os consumidores a atingirem um determinado nível de satisfação a partir da compra de um produto/serviço é um grande desafio para vendedores. Existem quatro tipos de vendas varejistas que ajudam a compreender melhor o perfil dos consumidores. O processo de transação é um tipo de venda caracterizado pelas vendas em que o vendedor praticamente não atua na comercialização do produto, realizando intermediações superficiais no processo de compra. Isto ocorre, por exemplo, quando um cliente deseja comprar uma casa escolhida previamente por meio do site de uma imobiliária e ela contata o corretor de imóveis já para fazer uma proposta. A venda de rotina ocorre quando o consumidor procura por produtos mais padronizados tecnicamente, tal como vestuário. Quando o vendedor indica um produto, através de recomendações e sugestões, ocorre o processo chamado venda por sugestão. Uma forma mais elaborada de venda são aquelas chamadas vendas criativas, em que o vendedor atua como um especialista ou assessor do cliente, aconselhando diferentes usos do produto, recomendando algum em específico, etc. O corretor de imóveis, também chamado de consultor imobiliário, atua com frequência desta forma, onde o consumidor busca, por diversas formas, assegurar que está fazendo o melhor negócio possível, e para isso tenta extrair do corretor o maior número de informações sobre o imóvel e até mesmo a sua opinião.

O processo de venda acontece em etapas. A primeira etapa é a aproximação do cliente e é um momento crucial para a venda, pois se ele não se sentir bem recebido, provavelmente ele não irá comprar naquela loja. A próxima etapa é a apresentação do produto, momento este em que o vendedor apresenta, explica e

demonstra (quando possível) a mercadoria. Compreender as necessidades do cliente em vez de antecipar-se é o mais indicado. O principal nesta etapa é a venda de benefícios do produto para o consumidor, de forma que ele considere que aquela aquisição seja a que mais se aproxima da sua satisfação. Ocasionalmente podem ocorrer objeções durante o processo da compra. Neste caso, é importante que se conheça o produto e a concorrência, a fim de evitar dúvidas em relação a preço e qualidade. Na última etapa, a do fechamento, o vendedor deve perceber os sinais que o cliente demonstra para materializar a compra. Caso estes sinais não apareçam, o vendedor deve lembrar ao consumidor os principais benefícios oferecidos por determinado produto. A venda não deve ser considerada a finalização do negócio. Um contato posterior, também chamado de pós-venda, deve ser mantido, principalmente para uma avaliação do processo da venda e para informações de interesse do consumidor. A continuidade das prestações de bons serviços após a efetivação da compra é essencial para a sobrevivência da empresa, a partir da fidelização e indicação de novos clientes.

2.5. Estratificação social e conceito de classe

A estratificação social está presente em praticamente todas as sociedades humanas e definem certos hábitos ou regras específicas para um determinado grupo. As classes sociais são um tipo de estratificação social onde há divisões relativamente homogêneas e duradouras de uma sociedade (KOTLER, 2000). Estas classes são hierarquicamente distribuídas e as pessoas nelas contidas apresentam, em geral, comportamentos e posições em relação a sociedades semelhantes. Nesta hierarquização, as classes são superiores ou inferiores em comparação umas com as outras e são definidas a partir de um grupo de variáveis, não apenas em relação a renda. O privilégio positivo ou negativo dos diferentes estratos sociais condiciona, direta ou indiretamente, os processos de concentração social da riqueza, do prestígio social e do poder, da mesma forma que condicionam mecanismos societários de mobilidade, estabilidade e mudanças sociais (FERNANDES, 1975). As pessoas podem mudar de uma classe social para outra, variando de acordo com a rigidez da estratificação social da sociedade em que estão inseridas.

Desta maneira, a abordagem (meios de comunicação, linguagem) das empresas para divulgação de seu produto varia de acordo com as classes sociais

em que há intenção de atingir, uma vez que as classes apresentam preferências em relação a produto e marca, em diversas áreas.

2.5.1. As classes sociais no Brasil

Fernandes (1975) analisa a formação das classes sociais na América Latina, e conclui que as mudanças históricas ocorridas convergiam para a perpetuação do poder nas mãos de pequenos grupos. Isto se deve à própria evolução do capitalismo nesta região e a herança da colonização, onde não houve condições de crescimento auto-sustentado e de desenvolvimento autônomo. Em consequência, as classes e relações de classe carecem de dimensões estruturais e de dinamismos societários que são essenciais para a integração, estabilidade e transformação equilibradas da ordem social, inerentes à sociedade de classes. O referido autor também afirma que “surto” de rápido crescimento econômico renovam e fortalecem as desigualdades econômicas, sociais e políticas, que são incompatíveis com a ordenação em classes sociais.

Especificamente no Brasil o negligenciamento dos pobres pode ser observado desde a opção pela escravatura, no momento da Independência, como forma de organizar o trabalho, em particular na agricultura de exportação. Desta forma, não havia um papel relevante para a população livre pobre, que em 1820 representava de 65% a 70% do total da população (VELLOSO *et al.*, 2000). Apenas no final do século XIX os homens pobres nacionais começaram a inserir-se no trabalho organizado das fábricas. A partir dos anos 30 do século XX, o modelo econômico em favor da industrialização proporcionou maior necessidade da força de trabalho nas fábricas e o ensino básico passou a crescer rapidamente, apesar da baixa qualidade. Após a redemocratização, em 1985, as formas mais recentes de patrimonialismo de Estado (onde não há separação nítida entre o público e o privado) têm sido o clientelismo (a lógica política onde deveria prevalecer a lógica técnica), o corporativismo (interesses da corporação acima do interesse público) e o populismo (cortejo da sociedade de massa sem senso de responsabilidade fiscal). Assim, verificou-se uma certa ascensão da sociedade civil, num contexto de sociedade de massas ativa. No aparente igualitarismo da Constituição de 1988, também subsiste a desigualdade estrutural da sociedade brasileira.

Os legados históricos e culturais brasileiros estabeleceram as bases da desigualdade social. Há um excessivo contingente de pobreza, se considerado o grau de desenvolvimento e o nível de renda per capita nacional. De acordo com Velloso *et al.* (2000), após o efeito do Plano Real, em 1997, o percentual de pobres na população estava em 21%. Historicamente, a maior queda da incidência da pobreza ocorreu nos anos 70 (de 68% em 1970 para 35% em 1980). Isto ocorreu devido ao elevado desempenho econômico da época, que gerou um crescimento médio anual do PIB, acompanhado de grande expansão do emprego, inclusive da baixa qualificação. Neste período, a distribuição de renda praticamente se estabilizou, seguido por uma piora nas duas décadas seguintes.

O tipo de mobilidade ocupacional também influenciou na desigualdade social. Na década de 70, a mobilidade ascendente tinha caráter estrutural – indivíduos ocupavam novas funções quando mudavam de cidade, enquanto que, em 1996, a maior parte da mobilidade era circular – alguém passa a ocupar o lugar do outro, o que gerou um mercado muito mais competitivo e exigente de qualificações.

Em suma, o pobre não constituía o foco dos programas sociais. Velloso *et al.* (2000) cita um estudo do Ipea sobre a distribuições dos gastos sociais no Brasil, em que muito pouco chegava aos pobres, que tem pouco acesso às universidades federais e às bolsas de estudos concedidas pelo governo, fazem parte de uma pequena fatia das despesas da Previdência Social e dos benefícios do seguro-desemprego.

A fim de reduzir a pobreza no Brasil, foi criado em outubro de 2003, o Plano “Brasil sem Miséria”, sendo o Bolsa Família seu principal representante. De acordo com o site do Planalto (2011), estudos do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada apontam que o programa de transferência de renda foi o responsável por retirar 3 milhões de pessoas da extrema pobreza em 2009 e um dos fatores determinantes para a queda da desigualdade de rendimentos nos últimos anos no país. Os dados também mostram que 72% dos beneficiários adultos trabalham e que mais de 2,2 milhões de famílias saíram do programa porque melhoraram sua renda. Os investimentos no Bolsa Família representam 0,4% do PIB nacional, mas traz em contrapartida um retorno econômico, percebido neste mesmo indicador. Nos oito anos de programa, R\$ 76,5 bilhões foram investidos, impactando em R\$ 110,2 bilhões no PIB. Além do desenvolvimento econômico, o Bolsa Família permitiu o

aumento do acesso a direitos sociais nas áreas de educação e saúde para as classes mais baixas.

Uma pesquisa do Ipea mostra que a desigualdade social no Brasil vem diminuindo (Figura 4). Para medida desta desigualdade, foi comparada a renda média dos indivíduos pertencentes ao décimo mais rico da distribuição com a renda média dos indivíduos pertencentes aos quatro décimos mais pobres da mesma distribuição, anualmente. Esta série foi calculada a partir das respostas à Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad/IBGE).

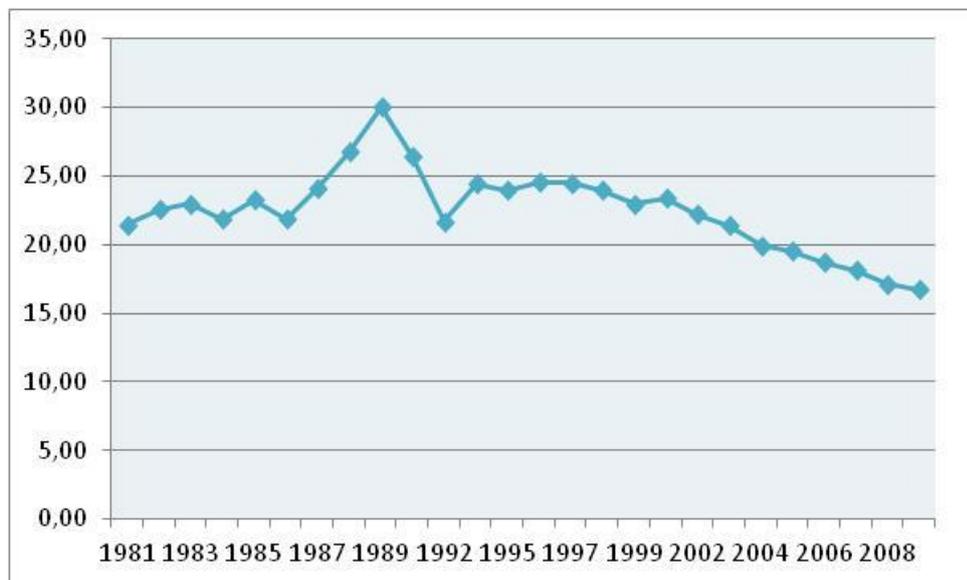


Figura 4 - Medida do grau de desigualdade existente na distribuição de indivíduos segundo a renda domiciliar per capita. Fonte: Ipea

3. METODOLOGIA, RESULTADOS E ANÁLISES

Neste capítulo apresentam-se os dados coletados ao longo da execução da pesquisa sobre o mercado imobiliário brasileiro e a situação em Belo Horizonte. Os dados sobre o mercado brasileiro, assim como o panorama econômico, são resultados de pesquisas feitas em livros especializados que retratam o desenvolvimento histórico e o estágio atual em que o país se encontra. Já a análise sobre o mercado de Belo Horizonte exigiu uma pesquisa detalhada no *site* da Net Imóveis, em busca do levantamento sobre ofertas e preços, além da reunião de informações que possibilitaram uma caracterização das regiões da cidade.

3.1. Panorama Econômico Brasileiro

Entre 1969 e 1973, o Brasil viveu o chamado “Milagre Econômico” (crescimento acelerado da indústria), que gerou empregos não-qualificados e ampliou a concentração de renda da população, momento este em que o PIB chegou a crescer 14,0% (URIARTE). Em paralelo, na política, o regime militar endureceu e aumentou a repressão à oposição, tanto institucional quanto revolucionária/subversiva. A industrialização continuou concentrada no eixo Rio de Janeiro-São Paulo, o que atraiu pessoas de regiões mais pobres, principalmente do Nordeste para estas capitais. A década de 70 apresentou números que indicavam má distribuição de renda da população em um momento de forte crescimento econômico (FAUSTO, 1995).

Na década de 80, o governo brasileiro desenvolveu vários planos econômicos que visavam o controle da inflação, entre eles a suspensão do pagamento de dívidas com credores internacionais (moratória). Isto resultou em graves problemas econômicos que perdurariam por anos. Nesta década, a economia brasileira ganhou o apelido "década perdida".

Até o início dos anos 90, o Brasil viveu um período de instabilidade monetária e recessão, com altíssimos índices de inflação (hiperinflação) combinados com arrocho salarial, crescimento da dívida externa e crescimento pífio. O governo Itamar Franco traçou um cenário que começou a mudar o futuro da economia brasileira. Com um plano econômico de nome Plano Real, a economia começou a se recuperar. Neste mesmo período, foi eleito presidente o então Ministro da Fazenda

Fernando Henrique Cardoso, que obteve um crescimento econômico no país a partir do fortalecimento das instituições nacionais, visando controlar a inflação e atrair investidores internacionais (GREMAUD *et al.*, 2007).

Reconhecendo os ganhos dessa estratégia, o governo Dilma, assim como foi no governo Lula, mantém nos dias de hoje suas linhas gerais de continuidade com êxito do Plano Real, adaptando apenas alguns conceitos ao raciocínio esquerdista moderado do Partido dos Trabalhadores. Os aumentos do salário mínimo, a criação do “bolsa família” e do programa “Minha Casa, Minha Vida” aumentaram expressivamente o poder de compra dos brasileiros, incluindo aqueles de baixa renda. No governo Dilma, houve um corte recorde do Orçamento, o programa “Minha Casa, Minha Vida” recebeu contenção de mais de R\$ 5 bilhões nos repasses do governo, apesar de o governo afirmar que as despesas com os programas sociais e com os investimentos do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) seriam integralmente mantidos. Porém, a retomada do crescimento no país e a tentativa de redução da pobreza e desigualdade social são marcas do governo atual (LIMA, 2011).

3.2. Histórico do Mercado Imobiliário no Brasil

Resgatando a última grande expansão do mercado imobiliário, ocorrida até meados da década de oitenta, depreende-se que, para um crescimento vigoroso, sustentável e consoante com a dimensão do Brasil, é imprescindível haver uma política habitacional eficaz e abrangente. Foi o que ocorreu com o BNH (Banco Nacional de Habitação), extinto em 1996, e que, a despeito das inúmeras críticas à sua gestão, demonstrou do que é capaz.

Na década de 80 houve um recorde de 627 mil unidades habitacionais financiadas. Após este período, o país passou por uma fase de 20 anos em que não houve grandes volumes de financiamentos imobiliários. Esse dado, por si só, demonstra as dificuldades pelas quais passou o mercado durante estas décadas.

Além disso, ao fim do BNH sucedeu-se uma crise econômica sem precedentes, quando se conviveu com uma inflação recorde e cinco mudanças de moeda: cruzado (de 1986 a 1989), cruzado novo (1989 a 1990), cruzeiro (1990 a 1993), cruzeiro real (1993 a 1994) e, finalmente o real em 1994. Nenhum país sai de uma crise desta dimensão sem traumas. E com o Brasil não foi diferente.

O surgimento do real interrompeu essa trajetória crítica e apresentou algo inédito para muitas gerações - a estabilidade monetária. Possivelmente esse foi o grande pilar de todos os benefícios que se seguiram, incluindo o aumento dos recursos disponíveis para vários tipos de financiamentos dentre eles o imobiliário. Nesse último, foi notável a mudança ocorrida nos últimos anos. Nesse período se viu o financiamento imobiliário alcançar números expressivos, aumentando o volume disponível, e, sobretudo o acesso aos recursos. Isso se deu por conta da redução da taxa de juros, pela estabilidade econômica que despertou o interesse dos bancos pelo seguimento, pelo aumento dos prazos dos financiamentos (de 15 para 30 anos), das medidas de desoneração do setor e pelo programa já citado “Minha Casa, Minha Vida” que marcou a retomada de uma política habitacional de grande escala do governo federal (PAULA, 2010).

3.3. Crescimento do Mercado Imobiliário Brasileiro

Para melhor compreensão dos resultados encontrados, faz-se necessário avaliar o crescimento do mercado nacional, principalmente nos primeiros meses do ano de 2011. De acordo com Napolitano (2011), em uma matéria a Revista Exame, em 2010, o Brasil já era detentor do terceiro mercado mais aquecido do planeta, ficando atrás apenas de Hong Kong e Singapura. Neste mesmo ano, mais de um milhão de apartamentos e casas foram financiados no país, o que representa duas vezes mais do que em 2008. O levantamento Exame/Ibope mostra que os preços dos imóveis novos subiram 26% no período de maio de 2010 a maio de 2011 em São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre, sendo que neste mesmo período os imóveis usados subiram 24%. A média, de 25%, foi a maior do mundo, comparada a 37 países. Em dois anos, os imóveis brasileiros valorizaram 52%.

Em maio de 2011, o indicador FipeZap registrou a marca de R\$5.471 pela média cobrada pelo metro quadrado dos imóveis brasileiros. Segundo o mesmo indicador, Belo Horizonte ocupa o segundo lugar no ranking das cidades em que o preço dos imóveis ficou mais caro. Somente em 2011, a capital mineira registrou valorização média do metro quadrado de 14%, perdendo apenas para a cidade de Rio de Janeiro, onde o metro quadrado subiu em média 16% nos primeiros cinco meses desse mesmo ano.

A escala de preços identificada no Brasil é explicada por um inédito descompasso entre oferta e demanda, onde a demanda continua bastante superior à oferta (NAPOLITANO, 2011). A Fundação João Pinheiro aponta que entre as pessoas que recebem mais de dez salários mínimos por mês, o déficit de moradias estimado é de 170000. Em todas as faixas de renda, há pessoas com recursos disponíveis, maior disponibilidade de crédito e cada vez maior disposição para comprar casas e apartamentos. Juntamente com este aumento de demanda, dezenas de novos bairros vêm surgindo nas principais capitais brasileiras. Em Belo Horizonte, por exemplo, em pouco mais de dez anos foram construídos cerca de 3000 apartamentos e casas no bairro Belvedere, na zona sul.

No Brasil, diferente de países como a China, o maior comprador de imóveis residenciais são os consumidores finais, e não investidores. Além disso, o crédito imobiliário, mesmo depois de ter crescido cerca de dez vezes em cinco anos, ainda responde por 4% do PIB, que é um dos menores percentuais do mundo. Logo, o potencial de crescimento imobiliário é bastante elevado. Porém, a perspectiva de um menor crescimento econômico em 2011, comparativamente com 2010, junto com uma expectativa de inflação no ano superior, tem levado alguns consumidores a avaliar um pouco mais o melhor momento para se comprar um imóvel, resultado de um efeito psicológico do consumidor frente às variações da economia brasileira.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Ibope (NAPOLITANO, 2011), nenhum dos bairros centrais pesquisados teve queda de preço entre maio de 2010 a maio de 2011, mas em alguns lugares a oferta desordenada fez com que a valorização fosse menor que a média. Logo, a colocação de dinheiro em uma região em que há excesso de oferta deve ser considerada com mais cautela.

3.4. Metodologia de Pesquisa

No trabalho de identificação e análise do preço e da oferta de imóveis em Belo Horizonte, a metodologia aplicada foi de cunho qualitativo, fundamentada na pesquisa documental, que tem por objeto investigar o documento aqui representado pelo *site* da empresa Net Imóveis. A pesquisa documental se caracteriza pela busca de informações em documentos que não receberam nenhum tratamento científico (SÁ-SILVA *et. al.*, 2009). Os dados aqui trabalhados são secundários, visto que já

existiam antes desta pesquisa, e externos, pois não foram gerados pelo autor deste trabalho ou por outro membro de sua empresa.

O *site* escolhido para essa pesquisa foi o da empresa Net Imóveis devido ao elevado número de apartamentos anunciados por esta nas regiões escolhidas para essa pesquisa. Além disso, essa empresa apresenta-se há muito tempo no mercado imobiliário e tem experiência na avaliação do preço dos imóveis ofertados, tendo, por isso, consistência em suas avaliações, considerando a região, tamanho dos imóveis e qualidade de acabamento. No **Anexo I** está apresentada a *homepage* do *site* da Net Imóveis, onde foi realizada a pesquisa.

No *site* da empresa, foram levantadas as quantidades de apartamentos disponíveis para venda contendo dois quartos e os preços ofertados para cada um, nas regiões Norte, Centro-Sul e Oeste de Belo Horizonte. Os dados foram coletados no período de 12 a 18 de novembro de 2011. O objetivo da coleta desses dados foi avaliar os parâmetros preço e oferta para cada região e quais fatores podem ter influenciado nos resultados encontrados. A escolha da pesquisa voltada para apartamentos de dois quartos em relação a apartamentos com mais quartos foi baseada na quantidade de dados disponíveis.

Após uma triagem dos dados encontrados, considerando consistência nas informações e se os dados estavam completos ou não repetidos (problema técnico de entrada de dados no *site*), no total 821 imóveis foram registrados e analisados. Como esperado, não foi possível neste trabalho identificar ofertas de imóveis em todos os bairros de todas as regiões. Isso se justifica porque a procura por imobiliárias para intermediação de vendas pode variar de acordo com a região e classe social. Da mesma forma, a própria imobiliária pode ter restrições quanto a intermediação de vendas em regiões/bairros que esta não considera seu foco de atuação.

A título de comparação e seleção do *site* mais adequado para desenvolver este trabalho, *sites* similares ao da Net Imóveis foram superficialmente pesquisados, tais como: Gribel Pactual, Alphasul Consultoria Imobiliária e Rede Morar (**Anexo II**). O critério de seleção foi: a quantidade de imóveis ofertados por região em cada *site*, a confiabilidade percebida nas divulgações de preços por cada empresa, a oferta por imóveis nas três regiões pesquisadas e a qualidade do próprio *site* em relação à divulgação das informações complementares dos imóveis.

Os dados encontrados e registrados para as três regiões pesquisadas encontram-se no **Anexo III**. Nestas mesmas planilhas, também estão expostos os resultados dos cálculos dos valores de cada imóvel em R\$/m², assim como as quantidades de vagas de garagem e de suítes.

3.5. Resultados Alcançados

A fim de compreender a evolução do mercado imobiliário, especificamente em Belo Horizonte, faz-se necessário conhecer suas regiões e principais diferenças, com o foco em três regiões da capital com características bem distintas: as regiões Norte, Centro-Sul e Oeste. De acordo com a Prefeitura de Belo Horizonte (PBH), o município de Belo Horizonte está dividido em nove regiões (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Nordeste, NorOeste, Norte, Oeste, Pampulha e Venda Nova), conforme apresentado na Figura 5.



Figura 5 - Regiões do Município de Belo Horizonte (Fonte: Belotur)

As Regionais de Belo Horizonte são espécies de subprefeituras, encarregadas dos bairros de cada uma das nove regiões em que Belo Horizonte está subdividida administrativamente. Criadas em 1983, a jurisdição das unidades administrativas regionais levam em conta a posição geográfica e a história de ocupação. Entretanto, há certos órgãos e instituições (companhias telefônicas, zonas eleitorais, etc.) que adotam uma divisão diferente da oficial. Na Figura 6 estão apresentadas informações sobre cada região de Belo Horizonte. Cada uma dessas regiões é dividida em bairros.

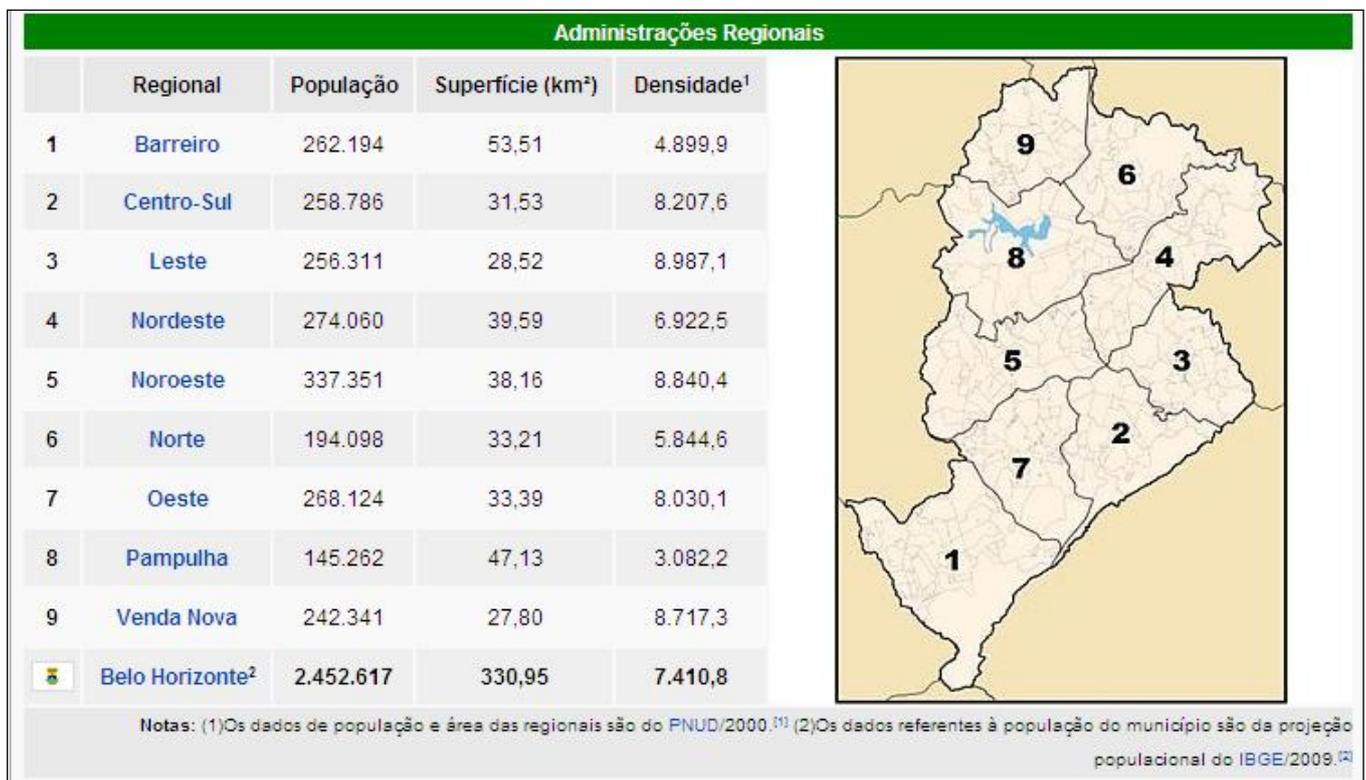


Figura 6 - Informações sobre as regiões de Belo Horizonte

Fonte: IBGE (2009)

3.5.1 Região Centro-Sul de Belo Horizonte

A região Centro-Sul engloba tanto o centro de Belo Horizonte quanto a parte sul da capital. Nela estão localizados bairros tradicionais como a Savassi, Lourdes e Funcionários, bem como praças como a Praça da Liberdade, sede do governo de Minas, e a Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais. É a região mais rica e

densamente povoada da Grande BH. De acordo com a Fundação João Pinheiro, o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) desta região é bastante elevado (0,914), superando vários países europeus. Contudo, esse índice expõe uma realidade de extrema desigualdade social na cidade. A principal disparidade pode ser verificada entre dois bairros da região Sul, Carmo e Sion, que tiveram o melhor IDH (0,973) da Grande BH, um resultado maior que o da Noruega (0,942), o país com o melhor IDH do mundo, e a Vila Nossa Senhora do Rosário e o Morro do Papagaio (0,685), comparáveis ao índice da Bolívia, o país menos desenvolvido da América do Sul.

A região Centro-Sul sempre concentrou o comércio e os serviços da cidade. A partir da década de 80, sofreu mudanças profundas; a região da Savassi passou de área residencial para uma valorizada área comercial; houve um acentuado decréscimo populacional da área inclusa na área da Contorno e uma expansão populacional das áreas periféricas; e houve a verticalização das construções devido à grande especulação imobiliária. Nesse processo, a região se consolidou como referência comercial, financeira e política da região metropolitana de Belo Horizonte e consagrou-se como região nobre, apesar da presença de grandes aglomerados populacionais de baixa renda.

3.5.2 Região Norte de Belo Horizonte

A mais nova das regiões administrativas de Belo Horizonte, a Regional Norte tem como divisas os córregos Vilarinho, Bacuraus, Isidoro e Onça. Com a implantação da Linha Verde e a construção do novo centro administrativo do governo de Minas Gerais, na área do antigo Hipódromo Serra Verde, a Região Norte é considerada hoje uma das últimas fronteiras de expansão da capital mineira, com grandes áreas ainda a serem ocupadas.

O crescimento desordenado na região provocou a ocupação de áreas inapropriadas para habitação. Foram erguidas moradias em morros, em áreas íngremes e às margens de córregos, com elevado risco para esses moradores.

Hoje se encontra na região Norte duas situações conflitantes: bairros habitados por uma população com melhor poder aquisitivo e infra-estrutura urbana, contrastam com bairros e vilas habitados por uma população carente, com condições mínimas de moradia. É a região que concentra o maior número de conjuntos habitacionais promovidos pelo poder público. Situada entre 2 aeroportos,

Confins e Pampulha, a região ganhou novo acesso após a implantação do metrô, estações Minas Shopping a Venda Nova.

Há na região um predomínio de serviços e produtos de pequeno porte, além de algumas indústrias de médio porte. Apresenta, ainda, possibilidades de expansão econômica e vem sendo valorizada após realizações de obras urbanas como a construção da Via 240 e a canalização de parte do ribeirão do Onça.

3.5.3 Região Oeste de Belo Horizonte

A região Oeste de Belo Horizonte possui importantes referências urbanas e simbólicas, como o Parque de Exposições da Gameleira, o EXPOMINAS, o CEFET, o Cemitério Parque da Colina, Igrejas Curas D'Arç e São José do Calafate, além de ser sede da centenária Orquestra Carlos Gomes. A região apresenta-se, ainda, como uma área de expansão urbana. Bairros como Buritis e Estoril tornaram-se um prolongamento da região Centro-Sul, já altamente congestionada em termos populacionais. Além desse eixo de expansão de fora para dentro, ou seja, região Centro-Sul – Buritis/Estoril, existem outros eixos internos, que ocorrem a partir de áreas mais adensadas para áreas vazias ou menos densas da região, como são os casos dos eixos Buritis/Palmeiras, Betânia/Palmeiras e Gutierrez e Nova Suíça/Jardim América. Alguns bairros, como Prado e Calafate, não se apresentam como eixos de expansão territorial visto tratarem-se de bairros muito antigos, portanto, já consolidados.

Há, entretanto, outra forma de expansão urbana nos mesmos, como a expansão verticalizada, em especial próxima à Avenida Amazonas. Outros bairros, como o Salgado Filho, Jardim América, Gutierrez, Grajaú e Alto Barroca, apresentam um processo de verticalização mais homogêneo e gradual.

Segundo dados do Censo Demográfico de 2000, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, a região Oeste possui uma população de 268.124 habitantes, sendo 141.848 mulheres e 126.276 homens.

A região Oeste apresenta uma disparidade social acentuada, possui vilas e aglomerados com alto índice e vulnerabilidade social, como Morro das Pedras e Cabana Pai Tomás, e bairros de classe média alta, a exemplo do Buritis e Mansões.

Os bairros contidos nas regiões Centro-Sul, Norte e Oeste encontram-se listados no **Anexo IV**.

3.6. Classificação dos Bairros em Belo Horizonte

De acordo com o Censo de 2000, os bairros de Belo Horizonte foram ordenados e organizados em quatro classes a partir da renda média mensal do chefe do domicílio, em salários mínimos (SM). A classificação encontra-se na Tabela 1.

Tabela 1 – Classificação dos bairros de Belo Horizonte (Censo de 2000)

Classe	Grupo de Bairros	Censo 2000
1	popular	inferior e 5 SM
2	médio	igual ou maior a 5 SM e menor que 8,5 SM
3	alto	igual ou maior a 8,5 SM e menor que 14,5 SM
4	luxo	igual ou maior a 14,5 SM

Os grupos de bairros pertencentes a Belo Horizonte, classificados por suas rendas (de acordo com a Tabela 1) estão apresentados no **Anexo V**. De acordo com essa classificação e com os bairros contidos em cada região (**Anexo IV**), verifica-se que a região Norte concentra em sua maior proporção bairros de classificação popular, a região Centro-Sul bairros de classe tipo luxo, e região Oeste bairros de classe padrão popular. Nem todos os bairros listados nas regiões estão apresentados na classificação do Censo 2000 mostrada nessa pesquisa, sendo essa classificação a limitante na comparação dos bairros para classificação das regiões. A Tabela 2 mostra o resultado da classificação das regiões conforme o padrão dos bairros contidos na pesquisa do Censo.

Tabela 2 - Classificação do padrão médio das regiões segundo a classificação dos bairros

Região	Quantidade de Bairros	Bairros Encontrados na Pesquisa do Censo	Número de Bairros com Classificação de acordo com o Censo 2000				Resultado
			Popular	Médio	Alto	Luxo	
Norte	42	23	21	2	-	-	<i>popular</i>
Centro-Sul	42	24	-	1	3	20	<i>luxo</i>
Oeste	42	27	16	5	5	1	<i>popular</i>

3.7. Análise dos Dados Coletados

No total, foram analisados 821 imóveis, distribuídos nas três regiões metropolitanas de Belo Horizonte: Norte, Centro-Sul e Oeste. Na Tabela 4 encontra-se a quantidade de apartamentos de dois quartos ofertados em cada região disponíveis para venda no *site* da Net Imóveis.

Tabela 3 – Valor unitário e quantidade de imóveis ofertados por região

Qtde de Imóveis Ofertados		
Norte	88	11%
Centro-Sul	267	33%
Oeste	466	57%

Observa-se que, apesar do crescimento e do incentivo do governo para a expansão da região Norte, a oferta nessa região ainda é menor do que a das outras duas pesquisadas. Isso pode ocorrer devido ao ainda recente aumento de procura a essa região, que em relação às outras regiões, apresenta uma menor densidade populacional. Em um futuro próximo, é esperado que essa região aumente a sua oferta. Deve-se considerar nessa pesquisa que regiões que contém grande quantidade de moradias consideradas populares podem ter uma oferta maior do que a identificada nessa pesquisa, sendo que algumas moradias populares (como aquelas localizadas em aglomerados) são irregulares e, por isso, quando negociadas, são de modo informal, não utilizando serviços de assessoria imobiliária como o realizado pela Net Imóveis. Além disso, conforme já citado, dependendo do bairro, a própria imobiliária pode optar por não atuar visto que não é o seu foco de mercado.

Na região Oeste já era esperado uma elevada oferta de imóveis, devido a proximidade com a região central de Belo Horizonte e por ter sido observado durante a coleta de dados um maior número de lançamentos. Adicionalmente, essa região possui bairros com recentes expansões (como o Buritis), adensamento populacional e crescimento econômico.

A partir dos preços desses imóveis colocados à venda e das respectivas áreas, foi calculado o valor unitário dos imóveis (R\$/m²) e em seguida calculada a média ponderada desse valor por região. As médias das três regiões também estão apresentadas na Tabela 4.

Tabela 4 – Valor unitário dos imóveis ofertados por região

	R\$/m² médio
Norte	3.047,31
Centro-Sul	5.395,62
Oeste	3.741,77

O valor unitário dos imóveis é um parâmetro amplamente utilizado no contexto imobiliário, pois permite que sejam comparados imóveis de tamanhos variados e são bases para avaliação de imóveis a serem colocados a venda. Contudo, esse parâmetro apresenta algumas limitações em sua análise, pois não considera, em um primeiro momento, o acabamento dos imóveis, tempo de construção, número de vagas, entre outros. Por isso, durante a avaliação do imóvel e a definição do preço final a ser determinado, outras características (conforme as mencionadas acima) devem ser consideradas.

A região Centro-Sul é a mais valorizada, apresentando um valor unitário de R\$ 5.395,62/m². Ressalta-se que este valor foi calculado apenas para apartamentos de dois quartos e que imóveis com outras características podem apresentar valores médios diferentes dos encontrados. Esse resultado era esperado, uma vez que se trata de uma região tradicionalmente nobre e de referência principalmente comercial da cidade. A tendência dos preços dos 267 imóveis ofertados está na Figura 7.

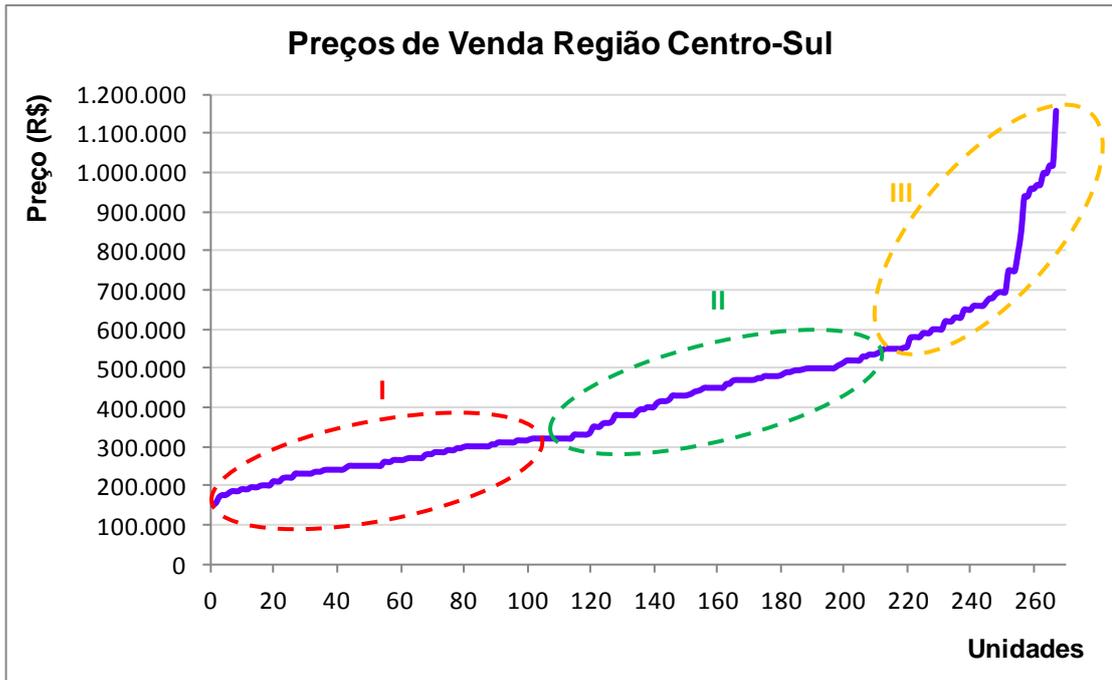


Figura 7 – Distribuição dos preços dos imóveis ofertados na região Centro-Sul de Belo Horizonte

I: imóveis na faixa de R\$100mil a R\$338mil – 44,94%

II: imóveis na faixa de R\$338mil a R\$565mil – 37,45%

III: imóveis na faixa de R\$565mil a R\$1.160mil – 17,60%

Conforme a linha de tendência do gráfico torna-se mais inclinada, significa que há menos imóveis na faixa de preço correspondente. De forma contrária, quanto menos inclinada a linha, maior a quantidade de imóveis em determinada faixa de preço de venda. Desta forma, a região Centro-Sul foi a que apresentou a maior faixa de preços de venda dos apartamentos de dois quartos.

A região Oeste e a região Norte apresentam valores unitários de R\$/m² mais próximos, e ambos os valores mostram que essas regiões estão valorizadas. Ainda assim, a região Oeste, que apresenta bairros mais antigos e tradicionais do que a região Norte, tem o valor unitário médio do preço dos imóveis maior, que foi R\$ 3.741,77/m². Essa região está localizada mais próxima da região Centro-Sul, que representa grande parte comercial da cidade, o que impacta diretamente em sua valorização. Em contrapartida, a região Norte está se desenvolvendo e tornando-se o novo centro administrativo do governo, cuja expectativa é valorizar ainda mais essa região e aumentar o número de moradias. Durante a coleta de dados, foi

observada uma oferta maior da região Oeste, comparada com a Norte e a Centro-Sul, de apartamentos em fase de lançamento.

A Figura 8 e a Figura 9 mostram as tendências dos preços dos imóveis nas regiões Oeste e Norte.

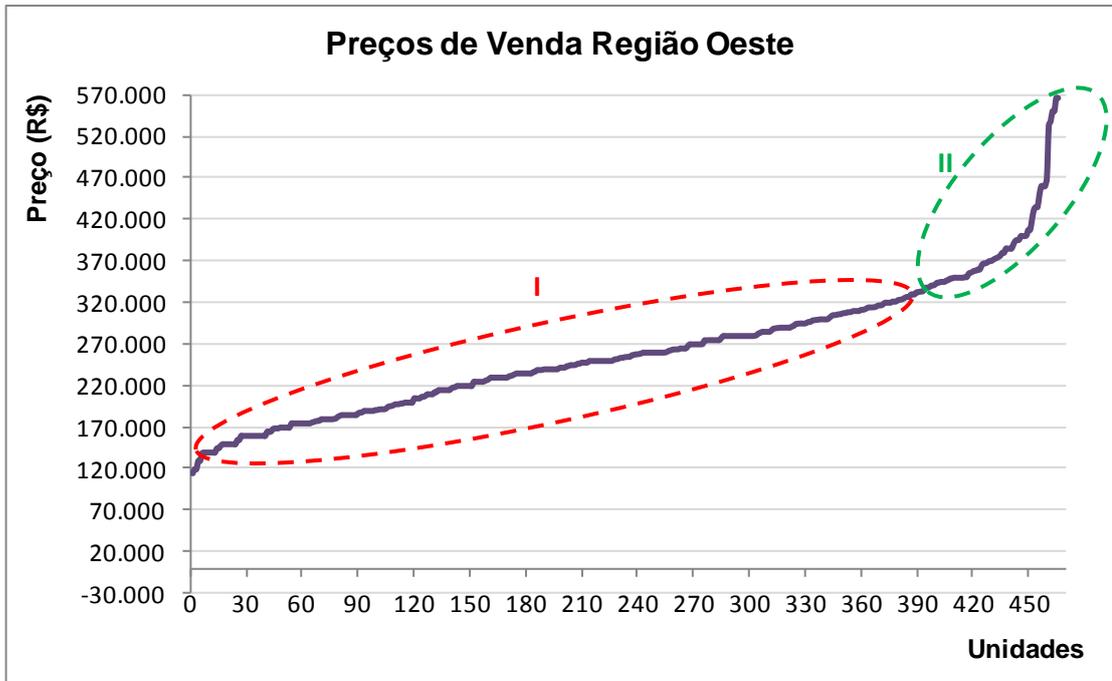


Figura 8 - Distribuição dos preços dos imóveis ofertados na região Oeste de Belo Horizonte

I: imóveis na faixa de R\$100mil a R\$338mil – 84,98%

II: imóveis na faixa de R\$338mil a R\$565mil – 15,02%

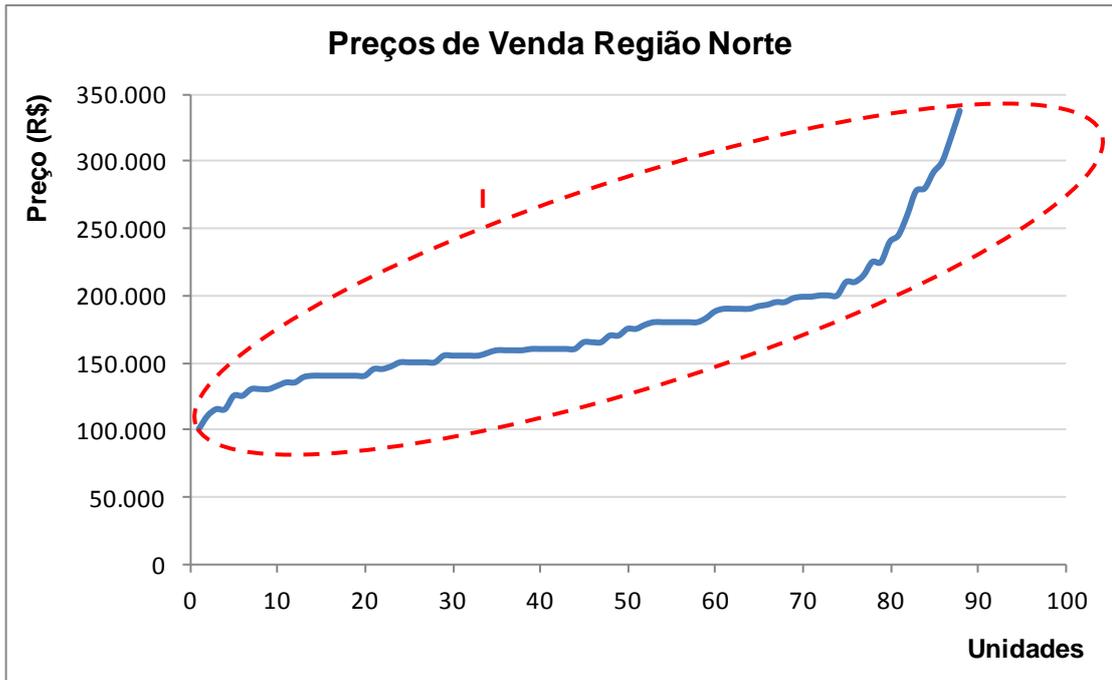


Figura 9 - Distribuição dos preços dos imóveis ofertados na região Norte de Belo Horizonte

I: imóveis na faixa de R\$100mil a R\$338mil – 100,00%

Os resultados demonstram que a região Norte apresenta apartamentos de dois quartos com preços de vendas mais homogêneos, ressaltados nos gráficos pela faixa I, destacada em vermelho. A região Oeste apresenta uma grande concentração de imóveis com preços de venda abaixo de R\$338mil, mas 15% dos imóveis ofertados nessa região já contemplam apartamentos mais caros, até R\$565mil, que para apartamentos de dois quartos, pode-se dizer que são imóveis bem valorizados.

A Figura 10 mostra a proporção de suítes por apartamento e por região. Conforme observado, a região Norte, onde foram encontrados os imóveis mais baratos, foram também encontrados mais imóveis sem suítes. Os imóveis localizados na região Centro-Sul apresentaram em praticamente igual proporção imóveis sem suítes e aqueles com apenas uma suíte. Isso pode ser justificado pela presença de apartamentos antigos, como os contidos nos bairros Centro e Barro Preto. Na região Oeste, onde a densidade demográfica é elevada, há bairros que cresceram e valorizaram muito recentemente, como os bairros Buritis, Palmeiras, Havaí e Estoril. Nestes bairros, há um número maior de apartamentos mais novos, e por isso foram observadas até duas suítes por apartamento.

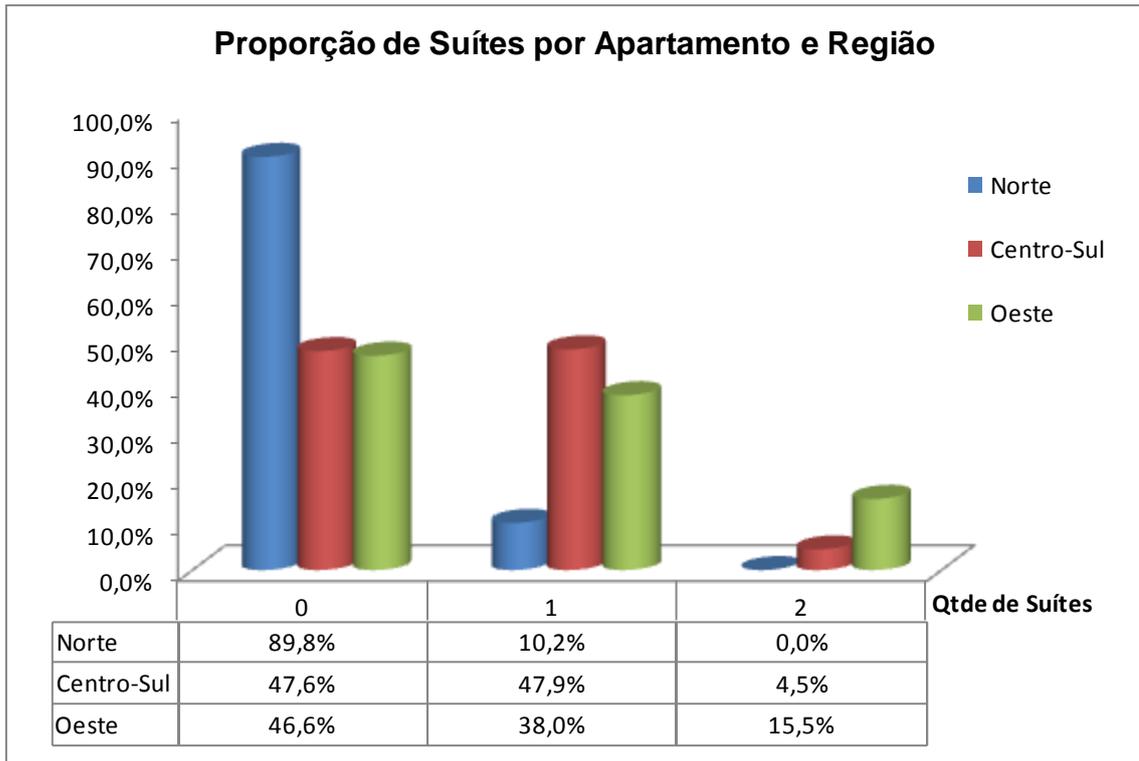


Figura 10 – Quantidade de suítes por apartamento e por região, em porcentagem

Em relação ao número de vagas, a região Oeste apresenta apartamentos de dois quartos predominantemente com uma vaga de garagem. Nas regiões Centro-Sul e Oeste, a predominância é por apartamentos com uma e com duas vagas (Figura 11).

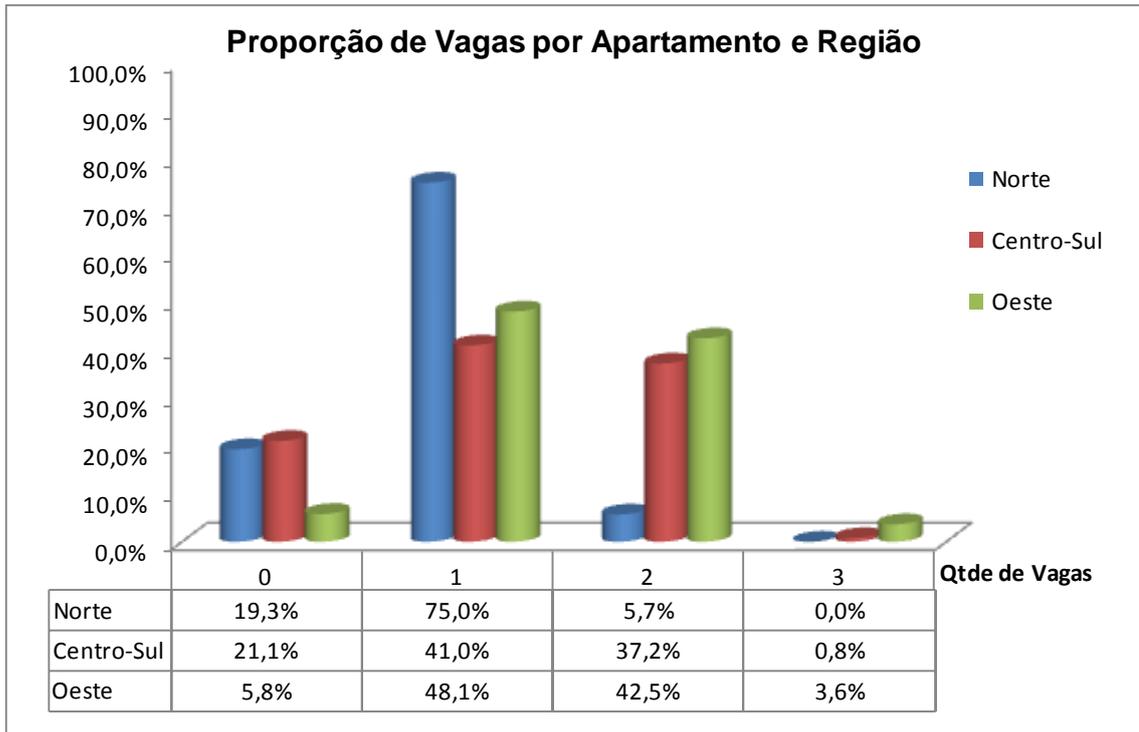


Figura 11 – Quantidade de vagas por apartamento e por região, em porcentagem

A Figura 12 apresenta um resumo da média dos resultados encontrados, em relação aos preços unitários e os preços absolutos médios ofertados para cada região. O tamanho das esferas é proporcional ao número de dados coletados por região. Nesta figura é possível observar como a região Centro-Sul é mais valorizada que as duas outras regiões estudadas. De forma semelhante, também é possível observar que as regiões Oeste e Norte apresentam um comportamento, em relação aos preços de venda médios, mais semelhantes, sendo que a principal diferença entre estes foi a quantidade de imóveis estudados, notadamente superior na região Oeste.

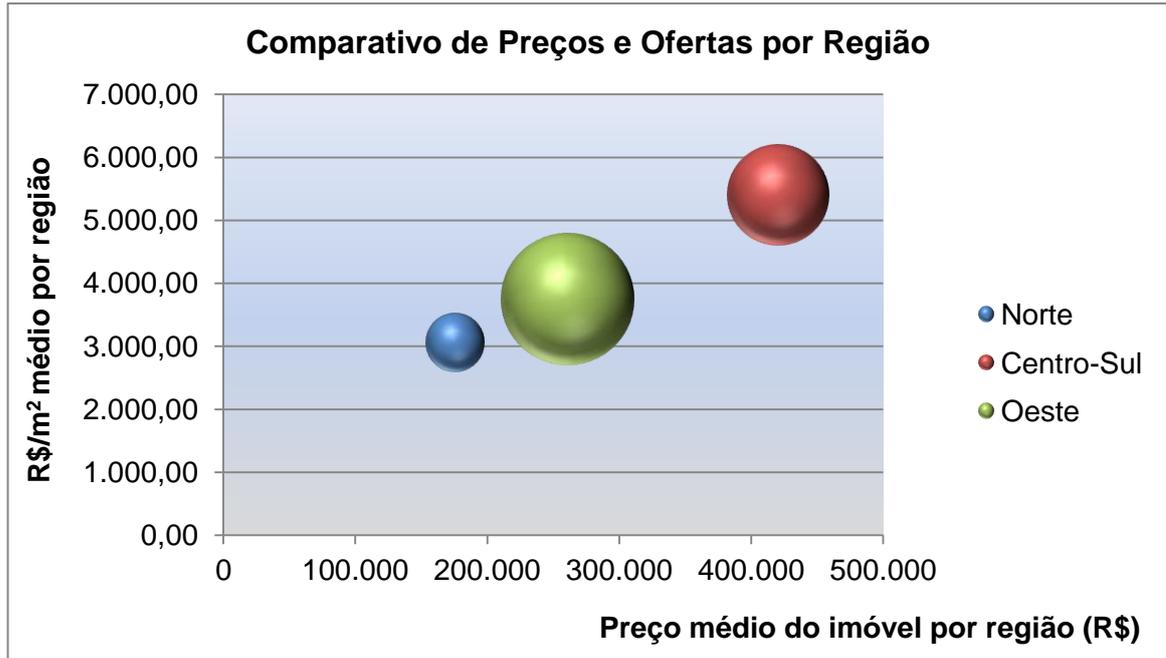


Figura 12 – Comparativo entre os preços médios e ofertas de imóveis, por região

3.8. Influência dos Consumidores no Mercado Imobiliário Analisado

A região Norte concentra boa parte da população de baixa renda. Por isso, a expectativa de valorização nessa região é alta, visto que os consumidores brasileiros têm passado por um expressivo aumento do poder de compra, notoriamente a população de baixa renda. Da mesma forma, o acesso aos recursos financeiros, tais como a concessão de financiamentos imobiliários a juros mais baixos e prazos de pagamento mais longos, também estão influenciando diretamente o aparente aquecimento do mercado imobiliário. De acordo com Paula (2010), de 2006 a 2009 houve um aumento de mais de 300% do volume de financiamentos imobiliários, um aumento superior a 500% no total de unidades financiadas neste mesmo período e a abertura de capital de mais de vinte e seis empresas (incorporadoras, construtoras e imobiliárias) na Bovespa, desde 2006. Apesar de haver influência em todo o mercado imobiliário mineiro, a região Norte, nesse contexto, sofre influência de forma mais expressiva.

Mesmo nas classes mais baixas, o que pode ser verificado na região Norte e Oeste, os consumidores estão procurando satisfazer mais do que as suas necessidades, e estão desejando cada vez mais uma moradia própria e em melhores condições. A partir do aumento do poder de compra, muitos são os consumidores que desejam um imóvel próprio e por isso verifica-se uma maior

demanda nesse setor do que se comparado há dez anos, por exemplo. Logo, o contexto sócio-econômico atual está favorecendo o aumento da demanda e aquecimento do mercado imobiliário brasileiro.

O comportamento dos consumidores que buscam a aquisição de imóveis é influenciado por diversos fatores, além do sócio-econômico. Dentre eles, estão os fatores pessoais, culturais e psicológicos, o que incluem a proximidade da família e do trabalho, o status e o estilo de vida. Considerando esses fatores, as regiões tradicionais são as mais procuradas por consumidores que buscam, a partir da aquisição de um imóvel, atingir certo status e ter proximidade com o trabalho e/ou com a família. Dessa maneira, se justifica a região Centro-Sul ser mais valorizada, seguida pela região Oeste.

4. CONCLUSÃO

Os aumentos do salário mínimo, a criação do “bolsa família” e do programa “Minha Casa, Minha Vida”, aumentaram o poder de compra dos brasileiros, notoriamente da população de baixa renda. O mercado de imóveis foi um dos que mais se beneficiou nesse período, tendo sido observado um crescimento do número de imobiliárias, demanda de imóveis, volume de negociações, assim como os preços para venda e aluguel. Estes crescimentos observados foram usados como motivador para esse estudo, que visou identificar, analisar e comparar os preços e as ofertas dos imóveis em três regiões de Belo Horizonte, para posteriormente refletir sobre a situação do mercado local, uma vez que estas regiões são bastante representativas na cidade.

Foram selecionadas para esse estudo as regiões Norte, Centro-Sul e Oeste de Belo Horizonte. A região Norte, que está situada entre os aeroportos de Confins e Pampulha, é a mais nova das regiões administrativas da cidade e concentra o maior número de conjuntos habitacionais promovidos pelo poder público. A região Centro-Sul é a mais rica e densamente povoada da Grande BH, consolidada como uma referência comercial, financeira e política da cidade. A região Oeste é apresentada como uma mistura entre áreas de expansão urbana e bairros já consolidados, além da presença acentuada de disparidade social. Essas características, juntamente com o já mencionado elevado potencial de crescimento do mercado imobiliário, demanda e/ou oferta de imóveis tornaram as três regiões citadas as mais apropriadas para esse estudo.

Para isso, foi realizada uma pesquisa qualitativa do tipo documental, onde se realizou uma pré-seleção de *sites* de imobiliárias que oferecem imóveis nas regiões de interesse desse trabalho. A empresa Net Imóveis se mostrou, a partir de seu *site*, mais completa em termos de informações sobre os imóveis ofertados e também apresentou mais imóveis ofertados nas regiões Norte, Centro-Sul e Oeste de Belo Horizonte, e por isso, foi a empresa selecionada para coleta e avaliação dos dados.

Foram coletadas informações de 821 apartamentos de dois quartos ofertados pelo *site* da Net Imóveis nas três regiões selecionadas. Primeiramente, os bairros contidos nas três regiões foram classificados segundo a renda média mensal do chefe do domicílio, a partir do Censo 2000. Verificou-se que a região Norte concentra em sua maior proporção bairros de classificação popular, a região Centro-

Sul bairros de classe tipo luxo, e a região Oeste bairros de classe padrão popular. Em seguida, foi observado que, apesar do crescimento e do incentivo do governo para a expansão na região Norte, a oferta de imóveis do tipo estudado nessa região é menor do que a das outras duas pesquisadas, o que pode ter como influência a baixa densidade demográfica (comparativamente às regiões Centro-Sul e Oeste). Nesta região, também foi observada a maior homogeneidade nos preços de venda dos apartamentos, o que pode estar relacionada com a quase totalidade de seus bairros estarem classificados em um mesmo padrão (popular), diferentemente das demais regiões estudadas. Como já era esperado, a região Oeste apresentou uma elevada oferta de imóveis e dois dos fatores a serem considerados são a sua proximidade com a região central de Belo Horizonte e a presença de bairros com expansões significativas, tal como o Buritis.

O valor unitário dos imóveis calculado a partir dos dados coletados confirmou que a região Centro-Sul continua sendo a região mais valorizada (R\$ 5.395,62/m²). A tradição da região como sendo nobre e detentora de uma valorizada área comercial é base de interpretação deste resultado. Adicionalmente, a região Centro-Sul foi a que apresentou a maior disparidade de preços de venda dos apartamentos de dois quartos. Nessa região, também foi observada uma proporção muito próxima de apartamentos com e sem suítes, o que pode ser compreendido pela presença de apartamentos mais antigos, como aqueles contidos nos bairros Centro e Barro Preto, onde se observa com maior frequência a ausência de suítes.

A região Oeste e a região Norte apresentaram valores unitários de R\$/m² mais próximos, de R\$ 3.741,77/m² e R\$ 3.047,31/m², respectivamente. Apesar de serem valores inferiores ao valor encontrado para a região Centro-Sul, também mostram que as duas regiões estão valorizadas. Neste contexto, a região Oeste é favorecida pela sua proximidade com a região Centro-Sul, ainda considerada referência comercial da cidade. Porém, o crescimento da região Norte, em aspectos como infra-estrutura e incentivo ao comércio no local (como a ida do centro administrativo da cidade para esta região), favorecem a sua valorização e criam uma expectativa de crescimento para os próximos anos. Na região Oeste, onde foi observado um número elevado de apartamentos ofertados em fase de lançamento, foi encontrada a maior quantidade de imóveis com duas suítes. Em um contexto geral, nas regiões Centro-Sul e Oeste a predominância é por apartamentos com uma e duas vagas de garagem, sendo na região Norte a prevalência por uma vaga.

O acesso aos recursos financeiros, tais como a concessão de financiamentos imobiliários a juros mais baixos e prazos de pagamento mais longos, também estão influenciando diretamente o aparente aquecimento do mercado imobiliário. Apesar de haver influência em todo o mercado imobiliário mineiro, a região Norte, que comparativamente às outras duas regiões estudadas é aquela que apresenta a maior proporção da classe baixa, sofre influência de forma mais expressiva. Em contrapartida, considerando aspectos pessoais, culturais e psicológicos, as regiões tradicionais ainda são as mais procuradas pelos consumidores que buscam, a partir da aquisição de um imóvel, atingir certo status e ter proximidade com o trabalho e/ou com a família. Dessa maneira, se justifica a região Centro-Sul ser mais valorizada, seguida pela região Oeste.

Em comunhão com os resultados encontrados, o aquecimento do mercado imobiliário brasileiro já tinha sido destacado como sendo o terceiro maior do planeta no ano de 2010. Além disso, no período de maio de 2010 a maio de 2011 a valorização média dos imóveis no Brasil foi de 25%, a maior do mundo comparada a 37 países. Em maio de 2011, Belo Horizonte ocupou o segundo lugar no ranking das cidades brasileiras em que o preço dos imóveis ficou mais caro. Essa expressiva valorização dos imóveis brasileiros pode ser em parte justificada pela maior demanda em comparação à oferta. Destaca-se que, mesmo havendo valorizações, nas regiões em que houve um excesso de oferta essas valorizações foram menores do que a média. Por sua vez, o potencial de crescimento imobiliário no país continua se mostrando elevado, sendo incentivado em parte pela pequena, mas promissora, contribuição do crédito imobiliário (uma das menores do mundo), e pelo déficit de moradias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BELO HORIZONTE. Belotur. **Mapa de BH.** Disponível em: < http://www.belotur.com.br/por/a_cidade_mapa.php>. Acesso em: jun. 2011.
- BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. **Estimativas da população para 2009.** Disponível em: < http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2009/POP2009_DOU.pdf>. Acesso em: jun. 2011
- BRASIL. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA. **Renda:** razão entre a dos 10% mais ricos e a dos 40% mais pobres (anual de 1981 até 2009). Disponível em: < <http://www.ipeadata.gov.br/>>. Acesso em: out. 2011.
- BRASIL. Planalto. **Bolsa Família completa 8 anos nesta quinta-feira com investimentos de R\$ 76 bi.** Disponível em: < <http://www2.planalto.gov.br/imprensa/noticias-de-governo/bolsa-familia-completa-8-anos-nesta-quinta-feira-com-investimentos-de-r-76-bi>>. Acesso em: 26 out. 2011.
- COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil.** São Paulo: Cobra Editora de Marketing, 2003.
- CZINKOTA *et al.* **Marketing:** as melhores práticas. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- FAUSTO, B. **História do Brasil.** São Paulo: Fundação de Desenvolvimento da Educação, 1995.
- FERNANDES, F. **Capitalismo Dependente e Classes Sociais na América.** 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.
- GREMAUD, A. P.; VASCONCELLOS, M. A. S.; JUNIOR, R. T. **Economia Brasileira Contemporânea.** São Paulo: Atlas, 2007.
- KOTLER, P. **Administração de Marketing.** 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- LAS CASAS, A. L. **Administração de Marketing.** São Paulo: Editora Atlas, 2006.
- LAS CASAS, A. L. **Marketing de Varejo.** 2. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2000.
- LIMA, M. S. **Minha Casa, Minha Vida Terá Corte de Mais de R\$ 5 Bilhões.** São Paulo: Folha, 2011.
- MURTA, L. **Em Alta, Imóvel Continua Excelente Investimento.** Belo Horizonte: Imóveis & Construção – O Tempo, 2011.
- NAPOLITANO, G. A Maior Alta do Mundo. **Revista Exame,** São Paulo, 18 mai. 2011. Capa, p.34.

PAULA, A. C. **Boom, Bolha, Crescimento Sustentável: Onde Estamos no Mercado Imobiliário?** Belo Horizonte: Sindicato de Empresas do Mercado Imobiliário, 2010.

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. **Regionais**. 2011. Disponível em: <http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/comunidade.do?evento=portlet&pldPlc=ecpTaxonomiaMenuPortal&app=pbh&tax=5627&lang=pt_BR&pg=5120&taxp=0&> Acesso em: nov. 2011.

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D.; GUINDANI, J. F. Pesquisa Documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, ano I, n. I, jul. 2009.

URIARTE, F. Panorama Econômico e Financeiro do Brasil. Cuiabá: Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura, [20--].

VELLOSO, J. P. R. Brasil 2020: Visão Estratégica. In: VELLOSO, J. P. R. (coord.). **Brasil 500 Anos: Futuro, Presente e Passado**. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 2000. p. 51-84.

**Anexo I – Apresentação do *site* da empresa Net
Imóveis**

Homepage do site da empresa Net Imóveis:

imóveis | corretor | venda casas | MG - Windows Internet Explorer

http://www.netimoveis.com/home/home.html

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Favoritos imóveis | corretor | venda casas | MG

A SUA REDE DE IMOBILIÁRIAS NO BRASIL

REDE NETIMÓVEIS

A SUA REDE DE IMOBILIÁRIAS NO BRASIL

ENCONTRE SEU IMÓVEL

Quero ver os imóveis do estado:

Acre	Maranhão	Rio de Janeiro
Alagoas	Mato Grosso	Rio Grande do Norte
Amapá	Mato Grosso do Sul	Rio Grande do Sul
Amazonas	Minas Gerais	Rondônia
Bahia	Pará	Santa Catarina
Ceará	Paraíba	São Paulo
Distrito Federal	Paraná	Sergipe
Espírito Santo	Pernambuco	Tocantins
Goiás	Piauí	

NETIMÓVEIS
Voltar para Home
Quem somos

ENCONTRE SEU IMÓVEL
Busca rápida

SERVIÇOS
Nossos parceiros

NOSSO PORTAL
Como anunciar
Termos de uso

FALE CONOSCO
Central de operações
Perguntas Frequentes

http://www.netimoveis.com/como_anunciar.aspx

Internet 100%

Site Net Imóveis para o estado de Minas Gerais:

NETIMÓVEIS - Imóveis em Belo Horizonte, São Paulo, Espírito Santo, Santa Catarina, Brasília e Ba - Windows Internet Explorer

http://www.netimoveis.com/default.aspx?sel_estado_id=14&sel_estado_desc=Minas+Gerais&sel_cidade_id

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Favoritos NETIMÓVEIS - Imóveis em Belo Horizonte, São Paulo, ...

A SUA REDE DE IMOBILIÁRIAS NO BRASIL

Inicial Quem Somos Associados Venda seu Imóvel Contato

Você Deseja: Comprar Alugar

Código, bairro ou cidade do imóvel.

REDE NETIMÓVEIS

A NETIMÓVEIS EM TODO BRASIL...

PROCURE SEU IMÓVEL: Código do Imóvel: Ok

EU DESEJO:

Comprar Alugar Escolha o Tipo de Imóvel:

ONDE?

Minas Gerais Belo Horizonte Bairro:

POR QUANTO?

Valores entre R\$ Indiferente até R\$ Indiferente

ITENS OPCIONAIS

Eu desejo Comprar...

0 imóveis localizados* **BUSCAR IMÓVEIS**

*Esta contagem não considera o valor e itens opcionais.

PORTAL Netimóveis

Bahia
Espírito Santo
Minas Gerais
Rio de Janeiro
Santa Catarina
São Paulo

ENCONTRE A NETIMÓVEIS

Encontre o associado mais próximo de sua sua região através do CEP.

BUSCAR

DESTAQUES + VISTOS LANÇAMENTOS

AP-3 332653

AP-4 361246

AP-4 333944

AP-3 354090

NETIMÓVEIS Voltar para Home Quem somos Credencie sua

ENCONTRE SEU IMÓVEL Busca rápida

SERVIÇOS Nossos parceiros

NOSSO PORTAL Como anunciar Termos de uso Política de privacidade

FALE CONOSCO Central de operações Perguntas Frequentes

Internet 100%

Exemplo de resultado de pesquisa para apartamentos em Belo Horizonte:

RESULTADO DA SUA BUSCA

9 imóveis encontrados

Eu desejo Comprar Apartamento 2 quartos em Minas Gerais, Belo Horizonte no(s) bairro(s) Anchieta.

ALTERE SUA BUSCA

Comprar Alugar

Escolha o Tipo de Imóvel:

Estado:

Cidade:

Bairro:

ITENS OPCIONAIS [clique aqui](#)

0 imóveis localizados*
*Esta contagem não considera o valor e itens opcionais.

BUSCAR IMÓVEIS

LISTA FOTO MAPA modos de exibição

Ordene por Preço Primeira 1 Última

	Apartamento 2 quartos Código: 356055 R\$ 310.000,00 Bairro: Anchieta Área(m²): 80.00 Quartos: 2 Suítes: 0 Vagas: 1	DETALHES <input type="star"/> GOSTEI
	Apartamento 2 quartos Código: 341380 R\$ 320.000,00 Bairro: Anchieta Área(m²): 55.00 Quartos: 2 Suítes: 0 Vagas: 1	DETALHES <input type="star"/> GOSTEI
	Apartamento 2 quartos Código: 353726 R\$ 320.000,00 Bairro: Anchieta Área(m²): 62.00 Quartos: 2 Suítes: 0 Vagas: 1	DETALHES <input type="star"/> GOSTEI
	Apartamento 2 quartos Código: 346850 R\$ 380.000,00 Bairro: Anchieta Área(m²): 65.00 Quartos: 2 Suítes: 0 Vagas: 2	DETALHES <input type="star"/> GOSTEI

Concluído Internet 100%

**Anexo II – Apresentação de *sites* de empresas
concorrentes da Net Imóveis**

- Empresa Gribel Pactual – Brasil Brokers:

http://www.brasilbrokers.com.br/Imobiliaria-belo-horizonte.html - Windows Internet Explorer

http://www.brasilbrokers.com.br/Imobiliaria-belo-horizonte.html

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Favoritos http://www.brasilbrokers... Nova Guia

Você está em Belo Horizonte

Institucional Fale Conosco Relações com Investidores Trabalhe Conosco Área Restrita

BrasilBrokers

CENTRAL DE ATENDIMENTO Lançamentos: (31) 3280-8080 Prontos: (31) 3311-8000

ATENDIMENTO POR EMAIL CORRETOR ONLINE

HOME COMPRE VENDA NOSSAS LOJAS FINANCIAMENTO SERVIÇOS EXCLUSIVOS ÁREA DO CLIENTE

BUSQUE SEU IMÓVEL: Busca por endereço ou nome do imóvel: Busca

MG Belo Horizonte Selecione a Região/Bairro Tipo do Imóvel Todos os valores

96 SALAS COMERCIAIS
ESTACIONAMENTO ROTATIVO
03 PAVIMENTOS DE GARAGEM C/ VAGAS COBERTAS E DEMARCADAS
LOCALIZAÇÃO PRIVILEGIADA NO BAIRRO SANTA EFIGÊNIA

MAYFAIR OFFICES

Brasil Brokers Gribel Pactual
Acesse e confira

Holiday Inn Savassi
27-29m² área privativa
Sabe Mais!

Tivoli Ecoresidências Praia do Forte/BA
3 ou 4 suítes
ampla área privativa

Mayfair Offices Santa Efigênia
96 salas comerciais
Vagas cobertas

OPORTUNIDADES

Via Gasparini
Funcionários
02 ou 03 quartos
67,95m² a 113,45m²

SPA - Spazio Dell'acqua
Vila da Serra - Nova Lima
4 quartos 2 suítes e 2 semi - suíte
154m² a 333m²

Villagio de Istambul
a 500 metros Lagoa da Pampulha
3 quartos - 2 suítes
150m²

Rossi Mais Primavera
Venda Nova - Belo Horizonte
2 e 3 quartos

IMÓVEIS PRONTOS EM DESTAQUE

Belvedere
Apartamento 04 quartos -

Sion
Apartamento 02 qtos - 138m²

edro
tura 04 qtos - 318m²

VENDA SEU IMÓVEL

Coloque seu imóvel à venda conosco e conte com a ajuda dos melhores profissionais do mercado. Solicite uma avaliação.

CLIQUE AQUI E SAIBA MAIS

NOSSAS LOJAS

Localize a loja mais próxima façamos uma visita.

Venha fazer parte da nossa equipe!

CORRETOR ONLINE

Empresa Gribel Pactual – continuação:

Coloque seu imóvel à venda conosco e conte com a ajuda dos melhores profissionais do mercado. Solicite uma avaliação.

CLIQUE AQUI E SAIBA MAIS

NOSSAS LOJAS

Localize a loja mais próxima fazendo uma visita.

Selecione

da nossa equipe!

CORRETOR ONLINE

FALE ONLINE COM NOSSOS CORRETORES
CLIQUE AQUI

IMÓVEIS

- > Compre
- > Venda
- > Financiamento
- > Área do Cliente

INSTITUCIONAL

- > A Brasil Brokers
- > Prêmios
- > Relações com Investidores
- > Serviços Exclusivos

> Política de Privacidade

- > Ações Sociais
- > Imprensa

CONTATO

- > Nossas Lojas
- > Fale Conosco
- > Atendimento por e-mail
- > Corretor Online
- > Trabalhe Conosco

ACESSE

- > Mapa do Site
- > Área Restrita
- > Glossário

Lançamentos (31) 3280-8080

Prontos (31) 3311-8000

Prontos (31) 3288-8800

BrasilBrokers - 2011 Brasil Brokers - Todos os direitos reservados

Confitec Tecnologia

CRECI: CJ 3318 4ª Região / PJ 2800

Bairros com ofertas de imóveis pelo site Gribel – Brasil Brokers:

http://www.brasilbrokers.com.br/Imobiliaria-belo-horizonte.html - Windows Internet Explorer

http://www.brasilbrokers.com.br/Imobiliaria-belo-horizonte.html

gribel pactual

Você está em Belo Horizonte

Institucional - Fale Conosco - Relações com Investidores - Trabalhe Conosco - Área Restrita

BrasilBrokers

CENTRAL DE ATENDIMENTO

Lançamentos: (31) 3280-8080

Prontos: (31) 3311-8000

ATENDIMENTO POR EMAIL

CORRETOR ONLINE

HOME COMPRE VENDA NOSSAS LOJAS FINANCIAMENTO SERVIÇOS EXCLUSIVOS ÁREA DO CLIENTE

BUSQUE SEU IMÓVEL:

Busca por endereço ou nome do imóvel: Busca

Lançamentos Prontos

MG Belo Horizonte Seleccione a Região/Bairro Tipo do Imóvel Todos os valores

AS MELHORES CONSTRUTORAS.

Mont Serrat
Bairro Sion
4 quartos
3 vagas

Seleccione:

- Outros bairros
- Barroca
- Floramar
- Gutierrez
- Ouro Preto
- Sagrada Família
- Santa Mônica
- Santo Antônio
- Serra
- Venda Nova
- Belvedere
- Funcionários
- Lourdes
- Pampulha
- Santa Efigênia
- Santo Agostinho
- São Pedro
- Sion

CLIQUE E CONFIRA

Lançamentos Pré-Lançamentos

Nossas oportunidades Saiba Mais!

Concluído

Internet

100%

- Empresa Alphasul Consultoria Imobiliária:

ALPHASUL CONSULTORIA IMOBILIÁRIA - Windows Internet Explorer

http://www.alphasulmg.com.br/

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Favoritos ALPHASUL CONSULTORI... Nova Guia

Principal Empresa Seu imóvel Oportunidades Alphasul News Formulários Fale conosco




Condomínios [Saiba mais](#)

Busca por código  Pesquisa de imóveis

Tipo do imóvel Bairro Dormitórios Faixa de valor: até

DESTAQUES

[Casa em condomínio](#) [Casa em condomínio](#)




Vale Dos Cristais R\$ 4.890.000,00 [Mais detalhes](#)

Aconchego Da Serra R\$ 120.000,00 [Mais detalhes](#)

ÚLTIMOS LANÇAMENTOS

Casa **Lotes em Condomínio** **Casa em condomínio** **Lotes em Condomínio**






Macacos R\$ 590.000,00 [Mais detalhes](#)

Serra Dos Manacás R\$ 720.000,00 [Mais detalhes](#)

Alphaville R\$ 1.200.000,00 [Mais detalhes](#)

Villa Bella R\$ 145.000,00 [Mais detalhes](#)

OPORTUNIDADES



Santo Antônio R\$ 950.000,00

Cobertura [Mais detalhes](#)

ANUNCIE GRÁTIS

ou

AVALIE SEU IMÓVEL

Internet 100%

- Rede Morar:

Estrutura de Lazer Incomparável na Região

Rede Morar Curtir 376 Área Administrativa: Login Você está em: MG

início avulsos lançamentos credenciados financiamento quero vender favoritos

encontre seu Imóvel

Residenciais Comerciais Rurais

Comprar Alugar

Tipo:

Estado:

Cidade:

Bairro:

Valor: de até

Já tem o código do anúncio?
Digite aqui:
Código:

Imóveis prontos Lançamentos Mais recentes

Apartamento FERNÃO DIAS, Belo Horizonte/MG	Apartamento BARROCA, Belo Horizonte/MG	Casa SERRANO, Belo Horizonte/MG
Apartamento CIDADE NOVA, Belo Horizonte/MG	Apartamento NOVA GRANADA, Belo Horizonte/MG	Apartamento BURRIS, Belo Horizonte/MG

Sempre as melhores taxas para o seu financiamento imobiliário

Agente Financeiro.

HSBC
No Brasil e no mundo, HSBC

Concluído Internet 100%

**Anexo III – Dados coletados para a pesquisa no site
da empresa Net Imóveis**

REGIÃO NORTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Ribeiro de Abreu	100.000	51,00	0	0	1.960,78
Juliana	110.000	46,64	0	1	2.358,49
Jaqueline	115.000	45,00	0	1	2.555,56
Juliana	115.000	45,00	0	1	2.555,56
Juliana	125.000	50,00	0	1	2.500,00
Vila Clóris	125.000	40,33	0	0	3.099,43
Jaqueline	130.000	50,00	0	1	2.600,00
Juliana	130.000	46,64	0	1	2.787,31
Juliana	130.000	41,94	0	1	3.099,67
Juliana	132.500	47,00	0	1	2.819,15
Heliópolis	135.000	48,35	0	1	2.792,14
Vila Clóris	135.000	52,00	0	0	2.596,15
Vila Clóris	139.000	52,06	0	0	2.670,00
Planalto	140.000	55,00	0	0	2.545,45
Juliana	140.000	50,00	0	1	2.800,00
Juliana	140.000	55,00	0	1	2.545,45
Jaqueline	140.000	55,00	0	1	2.545,45
Heliópolis	140.000	64,00	0	1	2.187,50
Vila Clóris	140.000	60,00	0	0	2.333,33
Vila Clóris	140.000	55,00	0	0	2.545,45
Heliópolis	145.000	47,88	0	1	3.028,40
Floramar	145.000	56,00	0	1	2.589,29
Floramar	147.000	55,00	0	1	2.672,73
Planalto	150.000	77,00	0	1	1.948,05
Planalto	150.000	55,00	0	1	2.727,27
Floramar	150.000	43,00	0	1	3.488,37
Jardim Guanabara	150.000	43,00	0	1	3.488,37
Vila Clóris	150.000	55,00	0	0	2.727,27
Floramar	155.000	49,46	0	1	3.133,85
Planalto	155.000	40,54	0	1	3.823,38
Heliópolis	155.000	48,00	0	1	3.229,17
Heliópolis	155.000	70,00	0	0	2.214,29
Vila Clóris	155.000	45,16	0	1	3.432,24
Planalto	157.000	55,45	0	1	2.831,38
Juliana	159.000	90,00	0	1	1.766,67
Juliana	159.000	90,00	0	1	1.766,67
Planalto	159.000	50,00	0	1	3.180,00
Planalto	159.000	50,00	0	1	3.180,00
Planalto	160.000	45,00	0	1	3.555,56
Floramar	160.000	43,44	0	1	3.683,24
Planalto	160.000	60,00	0	0	2.666,67
Planalto	160.000	56,00	0	1	2.857,14
Heliópolis	160.000	64,00	0	1	2.500,00
Vila Clóris	160.000	43,82	0	0	3.651,30
Planalto	165.000	70,00	0	1	2.357,14
Campo Alegre	165.000	70,00	0	1	2.357,14
Planalto	165.000	50,00	0	1	3.300,00
Juliana	170.000	51,00	0	1	3.333,33
Guarani	170.000	50,56	0	1	3.362,34

REGIÃO NORTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Planalto	175.000	60,00	1	1	2.916,67
Vila Clóris	175.000	59,87	1	1	2.923,00
Marize	178.000	51,00	0	1	3.490,20
Planalto	180.000	60,00	0	0	3.000,00
Heliópolis	180.000	60,00	0	1	3.000,00
Jardim Guanabara	180.000	90,00	0	1	2.000,00
Floramar	180.000	64,00	0	1	2.812,50
Floramar	180.000	90,00	0	1	2.000,00
Floramar	180.000	45,00	0	1	4.000,00
Floramar	183.000	55,00	1	1	3.327,27
Planalto	188.000	52,00	0	1	3.615,38
Heliópolis	190.000	60,00	1	1	3.166,67
Planalto	190.000	52,00	1	1	3.653,85
Minaslândia (P. Maio)	190.000	53,20	0	2	3.571,43
Vila Clóris	190.000	61,00	0	1	3.114,75
Heliópolis	192.000	50,00	0	1	3.840,00
Planalto	193.000	52,00	0	1	3.711,54
Planalto	195.000	60,00	0	1	3.250,00
Planalto	195.000	60,00	0	1	3.250,00
Planalto	198.000	79,41	1	1	2.493,39
Planalto	199.000	60,00	0	1	3.316,67
Vila Clóris	199.000	114,33	1	2	1.740,58
Floramar	200.000	47,00	0	1	4.255,32
Planalto	200.000	60,00	0	1	3.333,33
Planalto	200.000	50,00	0	1	4.000,00
Jardim Guanabara	210.000	51,00	0	1	4.117,65
Heliópolis	210.000	63,14	0	1	3.325,94
Planalto	215.000	51,02	1	1	4.214,03
Planalto	225.000	52,00	0	1	4.326,92
Planalto	225.000	100,00	0	1	2.250,00
Planalto	240.000	66,00	0	2	3.636,36
Vila Clóris	245.000	131,30	1	2	1.865,96
Planalto	260.000	64,00	0	2	4.062,50
Heliópolis	278.000	60,00	0	1	4.633,33
Planalto	280.000	75,70	0	0	3.698,81
Planalto	292.000	54,00	0	0	5.407,41
Planalto	300.000	78,00	0	0	3.846,15
Planalto	318.000	105,00	0	0	3.028,57
Planalto	338.000	105,00	0	0	3.219,05
Média simples	176.108	60			
Média ponderada					3.047,31

REGIÃO CENTRO-SUL

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m²
Serra	150.000	65,00	0	1	2.307,69
Centro	155.000	65,00	0	0	2.384,62
Serra	170.000	65,00	0	1	2.615,38
Barro Preto	175.000	65,00	0	0	2.692,31
Centro	175.000	58,00	0	0	3.017,24
Centro	180.000	60,02	0	0	2.999,00
Barro Preto	185.000	72,00	0	1	2.569,44
Barro Preto	185.000	60,00	0	0	3.083,33
Centro	185.000	72,00	0	1	2.569,44
Centro	190.000	70,00	0	0	2.714,29
Centro	190.000	65,00	0	0	2.923,08
Centro	190.000	60,00	0	0	3.166,67
Barro Preto	195.000	72,00	0	0	2.708,33
Centro	195.000	72,00	0	0	2.708,33
São Pedro	195.000	75,00	0	0	2.600,00
Centro	199.000	65,00	0	0	3.061,54
Centro	200.000	103,00	0	0	1.941,75
Centro	200.000	67,00	1	0	2.985,07
Serra	200.000	80,00	0	1	2.500,00
Centro	210.000	40,00	0	0	5.250,00
Serra	210.000	60,00	0	0	3.500,00
Serra	210.000	65,00	0	1	3.230,77
Centro	218.000	55,00	0	0	3.963,64
Centro	220.000	49,55	0	0	4.439,96
Barro Preto	220.000	71,00	0	0	3.098,59
Serra	220.000	68,00	0	0	3.235,29
Barro Preto	230.000	88,00	0	0	2.613,64
Centro	230.000	88,00	0	0	2.613,64
Barro Preto	230.000	85,00	1	0	2.705,88
Centro	230.000	85,00	1	0	2.705,88
Cruzeiro	230.000	75,00	0	0	3.066,67
Barro Preto	230.000	138,00	0	0	1.666,67
Barro Preto	234.000	70,00	0	0	3.342,86
Serra	235.000	72,53	0	1	3.240,04
Serra	235.000	72,00	0	1	3.263,89
Luxemburgo	239.000	87,05	0	1	2.745,55
Centro	240.000	75,36	0	0	3.184,71
Barro Preto	240.000	70,00	0	0	3.428,57
Anchieta	240.000	70,00	0	0	3.428,57
Barro Preto	240.000	96,68	0	0	2.482,42
Barro Preto	240.000	82,00	0	0	2.926,83
São Pedro	240.000	70,00	0	1	3.428,57
Serra	245.000	58,45	1	1	4.191,62
Centro	250.000	88,00	1	0	2.840,91
Centro	250.000	70,00	1	0	3.571,43
Centro	250.000	75,00	0	0	3.333,33
Carmo	250.000	65,00	0	1	3.846,15
Centro	250.000	120,00	1	0	2.083,33
Luxemburgo	250.000	60,00	0	1	4.166,67

REGIÃO CENTRO-SUL

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Serra	250.000	66,00	1	1	3.787,88
Serra	250.000	80,00	0	1	3.125,00
São Pedro	250.000	90,00	0	1	2.777,78
Sion	250.000	65,00	0	1	3.846,15
Serra	250.000	75,23	1	1	3.323,14
Barro Preto	260.000	70,00	0	0	3.714,29
Santo Antônio	260.000	70,00	1	1	3.714,29
Sion	260.000	70,00	0	1	3.714,29
Anchieta	265.000	75,00	0	1	3.533,33
Lourdes	265.000	61,00	0	0	4.344,26
Serra	265.000	80,00	0	1	3.312,50
Serra	265.000	66,00	1	1	4.015,15
Funcionários	268.000	75,00	0	0	3.573,33
Centro	270.000	87,00	0	0	3.103,45
Barro Preto	270.000	87,22	0	0	3.095,62
Barro Preto	270.000	80,00	0	0	3.375,00
Centro	270.000	80,00	0	0	3.375,00
Sion	270.000	70,00	0	1	3.857,14
Santo Antônio	278.000	75,00	1	1	3.706,67
Sion	280.000	51,00	0	1	5.490,20
Santo Antônio	280.000	70,00	0	1	4.000,00
Lourdes	285.000	70,00	0	1	4.071,43
Centro	285.000	108,00	0	1	2.638,89
Lourdes	285.000	108,00	0	1	2.638,89
Luxemburgo	285.000	76,00	0	1	3.750,00
Santo Antônio	290.000	55,00	1	1	5.272,73
Sion	290.000	75,00	0	0	3.866,67
Serra	290.000	90,00	0	1	3.222,22
Cidade Jardim	295.000	80,00	0	1	3.687,50
Santo Antônio	295.000	70,00	1	1	4.214,29
Serra	298.000	87,00	1	1	3.425,29
Centro	300.000	70,00	0	1	4.285,71
Centro	300.000	54,00	0	0	5.555,56
Barro Preto	300.000	88,00	1	0	3.409,09
Coração de Jesus	300.000	70,00	0	1	4.285,71
Santo Antônio	300.000	90,00	0	1	3.333,33
Santo Antônio	300.000	69,00	0	1	4.347,83
São Pedro	300.000	70,00	0	1	4.285,71
Luxemburgo	300.000	70,00	0	1	4.285,71
Cidade Jardim	305.000	70,00	0	1	4.357,14
Santa Lúcia	305.000	80,00	0	1	3.812,50
Cruzeiro	310.000	80,00	0	1	3.875,00
Anchieta	310.000	80,00	0	1	3.875,00
Cruzeiro	310.000	87,50	0	0	3.542,86
Mangabeiras	310.000	80,00	0	1	3.875,00
Sion	310.000	80,00	0	0	3.875,00
Luxemburgo	310.000	87,00	1	2	3.563,22
Santo Antônio	315.000	75,00	1	1	4.200,00
Sion	315.000	65,00	0	1	4.846,15

REGIÃO CENTRO-SUL

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Serra	315.000	130,59	1	1	2.412,13
Santo Agostinho	315.000	55,00	0	1	5.727,27
Cidade Jardim	318.000	65,00	0	1	4.892,31
Centro	320.000	100,00	0	0	3.200,00
Centro	320.000	75,35	2	0	4.246,85
Anchieta	320.000	62,00	0	1	5.161,29
Funcionários	320.000	70,00	0	1	4.571,43
Cruzeiro	320.000	55,00	0	1	5.818,18
Anchieta	320.000	55,00	0	1	5.818,18
Centro	320.000	65,00	0	0	4.923,08
Lourdes	320.000	65,00	0	0	4.923,08
Sion	320.000	75,00	0	1	4.266,67
Serra	320.000	89,33	0	1	3.582,22
Santo Antônio	320.000	55,00	0	1	5.818,18
Santo Agostinho	320.000	50,00	0	1	6.400,00
Luxemburgo	320.000	65,00	1		4.923,08
São Pedro	330.000	68,29	0	2	4.832,33
Santa Lúcia	330.000	100,00	0	1	3.300,00
Santo Antônio	330.000	75,00	0	1	4.400,00
Luxemburgo	330.000	70,00	1	2	4.714,29
Serra	330.000	68,64	1	0	4.807,69
Santo Agostinho	335.000	75,00	0	1	4.466,67
Cidade Jardim	350.000	21,50	0	0	16.279,07
Serra	350.000	80,00	1	1	4.375,00
Sion	350.000	60,00	0	1	5.833,33
Santo Antônio	358.000	85,00	0	1	4.211,76
Santo Agostinho	360.000	75,00	0	1	4.800,00
Santo Antônio	360.000	90,00	0	1	4.000,00
Funcionários	365.000	76,00	0	1	4.802,63
Anchieta	380.000	65,00	0	1	5.846,15
Cruzeiro	380.000	70,00	0	1	5.428,57
Carmo	380.000	70,00	0	0	5.428,57
Anchieta	380.000	65,00	0	2	5.846,15
Cruzeiro	380.000	88,00	0	2	4.318,18
Santo Antônio	380.000	78,00	1	1	4.871,79
Santo Antônio	380.000	55,00	1	1	6.909,09
Santo Antônio	390.000	60,00	1	2	6.500,00
Anchieta	395.000	70,00	0	2	5.642,86
Santo Antônio	395.000	100,00	1	2	3.950,00
Cruzeiro	400.000	60,00	0	1	6.666,67
Serra	400.000	73,00	1	1	5.479,45
Sion	400.000	72,00	1	1	5.555,56
Sion	410.000	80,00	0	1	5.125,00
Centro	415.000	80,00	0	1	5.187,50
Serra	415.811	68,52	1	2	6.068,46
Serra	416.000	68,52	1	2	6.071,22
Lourdes	420.000	80,00	0	2	5.250,00
Funcionários	430.000	100,00	0	1	4.300,00
Luxemburgo	430.000	80,00	0	1	5.375,00

REGIÃO CENTRO-SUL

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Santo Antônio	430.000	68,00	1	2	6.323,53
Santo Antônio	430.000	95,00	1	1	4.526,32
Luxemburgo	430.000	90,00	1	0	4.777,78
Serra	432.000	70,00	1	2	6.171,43
Sion	435.000	69,57	1	2	6.252,70
Santo Antônio	440.000	65,00	1	2	6.769,23
Sion	442.000	66,20	1	2	6.676,74
Sion	445.000	69,57	1	2	6.396,44
Cruzeiro	450.000	75,00	1	2	6.000,00
Lourdes	450.000	65,48	0	1	6.872,33
Belvedere	450.000	77,00	1	2	5.844,16
Santo Antônio	450.000	84,00	1	2	5.357,14
Sion	450.000	103,30	1	2	4.356,24
Santa Lúcia	450.000	120,00	1	2	3.750,00
Savassi	450.000	75,00	1	2	6.000,00
Anchieta	460.000	67,00	1	2	6.865,67
Carmo	460.000	67,00	1	2	6.865,67
Sion	468.000	66,20	1	2	7.069,49
Belvedere	470.000	72,80	1	1	6.456,04
Funcionários	470.000	70,00	1	2	6.714,29
Centro	470.000	80,00	1	1	5.875,00
Sion	470.000	68,00	2	2	6.911,76
Sion	470.000	65,00	2	2	7.230,77
Savassi	470.000	70,00	1	2	6.714,29
Luxemburgo	471.000	68,00	2	2	6.926,47
Funcionários	475.000	75,00	0	1	6.333,33
Savassi	475.000	75,00	0	1	6.333,33
Coração de Jesus	480.000	85,00	1	1	5.647,06
Belvedere	480.000	87,17	1	2	5.506,48
Sion	480.000	65,00	2	2	7.384,62
Luxemburgo	480.000	85,00	1	1	5.647,06
Santo Antônio	480.000	128,00	1	2	3.750,00
Serra	481.500	89,46	1	2	5.382,29
Sion	485.910	67,00	1	2	7.252,39
Cruzeiro	490.000	165,00	1	1	2.969,70
Sion	490.000	65,00	2	2	7.538,46
Sion	493.000	66,20	1	2	7.447,13
Centro	495.000	64,21	1	2	7.709,08
Cruzeiro	495.000	69,00	1	2	7.173,91
Sion	496.823	67,00	1	2	7.415,27
Luxemburgo	499.000	68,00	2	2	7.338,24
Funcionários	500.000	70,00	1	1	7.142,86
Funcionários	500.000	66,65	0	1	7.501,88
Funcionários	500.000	66,95	0	2	7.468,26
Funcionários	500.000	80,00	1	1	6.250,00
Savassi	500.000	66,65	0	1	7.501,88
Savassi	500.000	80,00	1	1	6.250,00
Sion	500.000	65,00	2	2	7.692,31
São Pedro	500.000	76,00	0	2	6.578,95

REGIÃO CENTRO-SUL

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Savassi	500.000	66,95	0	2	7.468,26
Centro	506.000	64,00	1	2	7.906,25
Cruzeiro	510.000	69,00	1	2	7.391,30
Sion	514.565	81,99	1	2	6.275,95
Cruzeiro	520.000	69,00	1	2	7.536,23
Belvedere	520.000	109,00	0	1	4.770,64
Santo Antônio	520.000	110,00	1	2	4.727,27
Santo Antônio	520.000	150,00	1	2	3.466,67
Sion	520.000	65,00	2	2	8.000,00
Funcionários	530.000	57,58	0	2	9.204,58
Santo Antônio	530.000	150,00	1	2	3.533,33
Cruzeiro	535.000	69,00	1	2	7.753,62
Belvedere	535.000	72,00	1	1	7.430,56
Funcionários	536.104	70,54	2	2	7.600,00
Belvedere	540.000	100,00	2	2	5.400,00
Cruzeiro	545.000	69,00	1	2	7.898,55
Funcionários	550.000	73,00	1	1	7.534,25
Belvedere	550.000	60,59	1	2	9.077,41
Carmo	550.000	105,00	1	2	5.238,10
São Pedro	550.000	125,00	1	2	4.400,00
Savassi	550.000	110,00	1	1	5.000,00
Savassi	550.000	73,00	1	1	7.534,25
Serra	552.900	125,06	1	2	4.421,08
Lourdes	555.000	61,50	1	1	9.024,39
Serra	577.604	75,18	1	2	7.682,95
Lourdes	580.000	81,25	1	1	7.138,46
Lourdes	580.000	71,63	1	2	8.097,17
Santo Agostinho	580.000	81,25	1	1	7.138,46
Funcionários	590.000	80,00	1	1	7.375,00
Funcionários	590.000	76,27	1	1	7.735,68
Mangabeiras	590.000	170,00	1	2	3.470,59
Sion	599.423	61,34	1	2	9.772,14
Funcionários	600.000	70,00	1	2	8.571,43
Funcionários	600.000	75,00	1	1	8.000,00
Savassi	600.000	74,00	1	1	8.108,11
Funcionários	620.000	70,00	1	2	8.857,14
Savassi	620.000	70,00	1	2	8.857,14
Sion	620.000	65,00	2	2	9.538,46
Funcionários	630.000	63,00	0	2	10.000,00
Anchieta	630.000	153,93	1	2	4.092,77
Savassi	630.000	63,00	0	2	10.000,00
Funcionários	650.000	63,00	1	2	10.317,46
Savassi	650.000	63,00	1	2	10.317,46
Santo Agostinho	650.000	85,00	1	2	7.647,06
Belvedere	660.000	100,83	1	2	6.545,67
Anchieta	660.000	125,13	1	2	5.274,51
Carmo	660.000	127,00	1	2	5.196,85
Sion	660.000	127,00	1	2	5.196,85
Belvedere	670.000	100,00	1	2	6.700,00

REGIÃO CENTRO-SUL

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Luxemburgo	678.855	103,67	1	2	6.548,23
Sion	680.000	150,00	1	3	4.533,33
Cruzeiro	690.000	138,00	1	2	5.000,00
Funcionários	695.000	74,57	1	1	9.320,10
Lourdes	695.000	78,00	1	2	8.910,26
Savassi	695.000	74,57	1	1	9.320,10
Funcionários	750.000	75,00	1	2	10.000,00
Santo Antônio	750.000	172,00	1	3	4.360,47
Savassi	750.000	75,00	1	2	10.000,00
Sion	795.985	238,39	1	2	3.339,00
Lourdes	850.000	150,00	1	2	5.666,67
Lourdes	940.000	94,00	1	2	10.000,00
Santo Agostinho	940.000	94,00	1	2	10.000,00
Lourdes	960.000	94,00	1	2	10.212,77
Santo Agostinho	960.000	94,00	1	2	10.212,77
Lourdes	970.000	94,00	1	2	10.319,15
Santo Agostinho	970.000	94,00	1	2	10.319,15
Lourdes	1.000.000	94,00	1	2	10.638,30
Santo Agostinho	1.000.000	94,00	1	2	10.638,30
Lourdes	1.020.000	94,00	1	2	10.851,06
Santo Agostinho	1.020.000	94,00	1	2	10.851,06
Funcionários	1.160.000	242,00	1	1	4.793,39
Média simples	420.908	80			
Média ponderada					5.395,62

REGIÃO OESTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Prado	115.000	45,00	0	0	2.555,56
Madre Gertrudes	120.000	48,00	0	1	2.500,00
Nova Gameleira	120.000	55,00	0	1	2.181,82
Nova Gameleira	130.000	55,00	0	1	2.363,64
Nova Gameleira	130.000	50,00	0	1	2.600,00
Nova Gameleira	139.000	48,00	0	1	2.895,83
Betânia	140.000	55,00	0	1	2.545,45
Betânia	140.000	60,00	0	0	2.333,33
Betânia	140.000	40,00	0	1	3.500,00
Havaí	140.000	60,00	2	1	2.333,33
Madre Gertrudes	140.000	53,00	0	1	2.641,51
Nova Gameleira	140.000	53,70	0	1	2.607,08
Salgado Filho	140.000	55,04	0	1	2.543,60
Betânia	145.000	55,00	0	1	2.636,36
Jardim América	145.000	56,00	0	1	2.589,29
Betânia	148.000	60,00	0	1	2.466,67
Betânia	150.000	56,00	0	1	2.678,57
Betânia	150.000	60,00	0	1	2.500,00
Havaí	150.000	50,00	0	1	3.000,00
Havaí	150.000	72,00	0	1	2.083,33
Marajó	150.000	56,00	0	1	2.678,57
Salgado Filho	150.000	55,00	0	1	2.727,27
Marajó	150.000	56,00	0	1	2.678,57
Prado	150.000	60,00	0	0	2.500,00
Jardim América	155.000	60,00	0	1	2.583,33
Madre Gertrudes	155.000	64,65	0	1	2.397,53
Betânia	160.000	57,00	0	1	2.807,02
Havaí	160.000	60,00	0	1	2.666,67
Calafate	160.000	71,00	0	0	2.253,52
Estoril	160.000	43,00	0	1	3.720,93
Estoril	160.000	45,66	0	1	3.504,16
Jardim América	160.000	70,00	0	0	2.285,71
Nova Cintra	160.000	45,00	0	1	3.555,56
Havaí	160.000	47,00	0	1	3.404,26
Nova Gameleira	160.000	60,00	0	1	2.666,67
Nova Gameleira	160.000	56,33	0	1	2.840,40
Palmeiras	160.000	54,00	0	1	2.962,96
Palmeiras	160.000	55,34	0	1	2.891,22
Nova Gameleira	160.000	45,00	0	1	3.555,56
Nova Cintra	160.000	45,00	0	1	3.555,56
Estoril	165.000	57,00	0	1	2.894,74
Havaí	165.000	52,00	0	1	3.173,08
Jardim América	165.000	57,00	0	1	2.894,74
Estoril	168.000	68,00	0	1	2.470,59
Betânia	169.000	56,18	0	1	3.008,19
Betânia	169.000	51,26	0	1	3.296,92
Estoril	169.000	43,00	0	1	3.930,23
Jardim América	170.000	55,00	0	1	3.090,91
Estoril	170.000	50,00	0	1	3.400,00

REGIÃO OESTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Estoril	170.000	60,00	0	1	2.833,33
Salgado Filho	170.000	60,00	0	1	2.833,33
Salgado Filho	170.000	55,00	0	1	3.090,91
Palmeiras	170.000	47,00	0	1	3.617,02
Palmeiras	174.836	50,63	0	1	3.453,21
Prado	175.000	46,00	0	0	3.804,35
Buritis	175.000	62,00	0	1	2.822,58
Betânia	175.000	47,66	0	1	3.671,84
Betânia	175.000	47,45	1	1	3.688,09
Calafate	175.000	46,00	0	0	3.804,35
Estoril	175.000	62,00	0	1	2.822,58
Havaí	175.000	56,00	0	1	3.125,00
Estrela Dalva	175.000	56,00	0	1	3.125,00
Salgado Filho	175.000	55,00	0	1	3.181,82
Nova Suíssa	175.000	55,00	0	1	3.181,82
Palmeiras	176.054	50,63	0	1	3.477,27
Palmeiras	176.663	50,63	0	1	3.489,29
Betânia	177.500	47,45	0	1	3.740,78
Betânia	178.000	47,00	0	1	3.787,23
Palmeiras	178.084	50,63	0	1	3.517,36
Salgado Filho	180.000	76,00	0	1	2.368,42
Nova Suíssa	180.000	76,00	0	1	2.368,42
Betânia	180.000	50,00	0	1	3.600,00
Buritis	180.000	70,00	1	1	2.571,43
Buritis	180.000	55,00	0	1	3.272,73
Betânia	180.000	51,56	0	1	3.491,08
Havaí	180.000	60,00	0	1	3.000,00
Betânia	180.420	47,45	0	1	3.802,32
Estoril	181.000	54,79	0	1	3.303,52
Palmeiras	183.000	55,34	0	1	3.306,83
Buritis	184.000	59,43	0	1	3.096,08
Nova Suíssa	185.000	76,00	0	1	2.434,21
Prado	185.000	70,00	0	1	2.642,86
Nova Suíssa	185.000	70,00	0	1	2.642,86
Nova Suíssa	185.000	69,00	0	0	2.681,16
Nova Suíssa	185.000	62,67	0	1	2.951,97
Betânia	185.000	49,00	0	1	3.775,51
Betânia	185.000	47,00	0	1	3.936,17
Betânia	185.000	49,00	0	1	3.775,51
Jardim América	185.000	55,00	0	1	3.363,64
Betânia	187.352	47,00	0	1	3.986,21
Betânia	188.000	49,00	0	1	3.836,73
Palmeiras	188.231	55,18	0	1	3.411,22
Palmeiras	190.000	72,00	0	0	2.638,89
Nova Suíssa	190.000	63,00	0	1	3.015,87
Betânia	190.000	47,00	0	1	4.042,55
Estoril	190.000	64,00	0	0	2.968,75
Jardim América	190.000	70,00	0	0	2.714,29
Estoril	190.000	80,00	0	0	2.375,00

REGIÃO OESTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Havaí	191.000	84,92	0	0	2.249,18
Havaí	191.000	85,00	0	0	2.247,06
Betânia	191.710	49,00	0	1	3.912,45
Betânia	191.988	47,00	0	1	4.084,85
Betânia	192.000	47,00	0	1	4.085,11
Havaí	192.000	60,00	0	0	3.200,00
Salgado Filho	193.000	64,47	0	1	2.993,64
Nova Suíssa	195.000	85,00	1	0	2.294,12
Betânia	195.622	50,00	0	1	3.912,44
Betânia	196.000	45,20	0	1	4.336,28
Betânia	197.000	48,00	0	1	4.104,17
Salgado Filho	198.000	57,55	0	1	3.440,49
Betânia	198.000	48,00	0	0	4.125,00
Betânia	198.247	48,00	0	1	4.130,15
Betânia	199.000	48,00	0	1	4.145,83
Estrela Dalva	199.000	80,00	0	0	2.487,50
Nova Suíssa	200.000	60,00	0	1	3.333,33
Palmeiras	200.000	60,00	0	1	3.333,33
Betânia	200.000	48,00	0	0	4.166,67
Buritis	200.000	70,00	0	1	2.857,14
Jardim América	200.000	85,43	0	0	2.341,10
Betânia	205.000	47,50	0	1	4.315,79
Betânia	205.000	45,00	0	1	4.555,56
Buritis	205.000	81,38	0	1	2.519,05
Estoril	205.000	81,38	0	0	2.519,05
Salgado Filho	206.960	65,26	1	2	3.171,31
Jardim América	206.960	65,26	1	2	3.171,31
Buritis	208.000	52,00	1	1	4.000,00
Palmeiras	210.000	65,00	1	2	3.230,77
Buritis	210.000	53,86	0	1	3.899,00
Jardim América	210.000	70,00	0	0	3.000,00
Estrela Dalva	210.000	53,86	0	1	3.899,00
Palmeiras	212.584	69,39	0	1	3.063,61
Buritis	212.589	75,46	2	2	2.817,24
Nova Suíssa	215.000	49,00	0	1	4.387,76
Nova Suíssa	215.000	75,00	0	1	2.866,67
Nova Suíssa	215.000	65,00	0	1	3.307,69
Nova Suíssa	215.000	75,00	0	1	2.866,67
Barreiro	215.000	64,00	0	1	3.359,38
Buritis	215.000	60,00	0	1	3.583,33
Estoril	215.000	60,00	0	1	3.583,33
Calafate	217.000	60,00	0	1	3.616,67
Palmeiras	218.165	68,01	0	1	3.207,84
Buritis	218.500	55,00	1	1	3.972,73
Nova Suíssa	220.000	56,00	0	1	3.928,57
Nova Granada	220.000	89,00	1	2	2.471,91
Prado	220.000	77,94	1	1	2.822,68
Buritis	220.000	60,00	0	1	3.666,67
Buritis	220.000	55,00	1	2	4.000,00

REGIÃO OESTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m²
Gutierrez	220.000	78,00	0	0	2.820,51
Estrela Dalva	220.000	53,86	0	1	4.084,66
Estoril	220.000	75,00	0	1	2.933,33
Jardim América	220.000	66,80	0	1	3.293,41
Buritis	224.844	79,81	2	2	2.817,24
Nova Suíssa	225.000	98,00	0	1	2.295,92
Buritis	225.000	53,23	0	1	4.226,94
Buritis	225.000	55,00	0	1	4.090,91
Jardim América	225.000	60,00	0	1	3.750,00
Estoril	225.000	55,00	0	1	4.090,91
Buritis	226.015	75,46	2	2	2.995,16
Buritis	227.000	62,00	0	1	3.661,29
Nova Granada	228.000	82,00	0	1	2.780,49
Nova Suíssa	230.000	70,00	1	1	3.285,71
Nova Suíssa	230.000	57,00	1	1	4.035,09
Nova Granada	230.000	70,00	0	1	3.285,71
Nova Granada	230.000	50,85	0	1	4.523,11
Buritis	230.000	70,00	1	1	3.285,71
Barreiro	230.000	80,00	1	1	2.875,00
Estoril	230.000	110,00	0	1	2.090,91
Jardim América	230.000	55,00	0	1	4.181,82
Estoril	230.000	90,00	0	1	2.555,56
Calafate	230.000	80,00	1	1	2.875,00
Estoril	231.725	56,16	1	2	4.126,16
Buritis	232.000	50,00	1	1	4.640,00
Jardim América	233.000	68,83	0	1	3.385,15
Jardim América	234.000	80,00	0	1	2.925,00
Nova Suíssa	235.000	55,00	0	1	4.272,73
Nova Granada	235.000	60,00	1	2	3.916,67
Nova Suíssa	235.000	80,00	0	1	2.937,50
Nova Granada	235.000	60,00	1	2	3.916,67
Buritis	235.000	60,00	1	1	3.916,67
Barreiro	235.000	72,00	0	1	3.263,89
Estrela Dalva	235.000	80,00	1	2	2.937,50
Grajaú	235.000	60,00	1	2	3.916,67
Grajaú	235.000	60,00	1	2	3.916,67
Salgado Filho	236.700	59,00	1	1	4.011,86
Buritis	237.204	75,46	2	2	3.143,44
Buritis	239.044	79,81	2	2	2.995,16
Nova Granada	239.100	59,00	1	1	4.052,54
Calafate	239.100	59,00	1	1	4.052,54
Buritis	239.442	75,46	2	2	3.173,10
Prado	240.000	60,00	1	2	4.000,00
Barreiro	240.000	76,00	0	1	3.157,89
Buritis	240.000	57,00	1	1	4.210,53
Buritis	240.000	59,76	1	2	4.016,06
Buritis	240.000	58,16	1	2	4.126,55
Grajaú	240.000	76,00	0	1	3.157,89
Jardim América	240.000	70,00	0	2	3.428,57

REGIÃO OESTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m²
Grajaú	240.000	60,00	1	1	4.000,00
Nova Granada	241.500	59,00	1	1	4.093,22
Buritis	242.000	55,64	0	2	4.349,39
Buritis	242.060	53,20	0	0	4.550,00
Estoril	242.060	53,20	0	0	4.550,00
Buritis	243.778	79,81	2	2	3.054,48
Calafate	243.900	59,00	1	1	4.133,90
Prado	245.000	49,00	0	1	5.000,00
Prado	245.000	57,40	1	1	4.268,29
Gutierrez	245.000	70,00	1	1	3.500,00
Nova Suíssa	245.600	59,00	1	1	4.162,71
Buritis	246.804	53,20	1	2	4.639,17
Estoril	246.804	53,20	1	2	4.639,17
Nova Suíssa	248.000	75,00	0	1	3.306,67
Buritis	248.000	55,00	1	1	4.509,09
Calafate	248.000	59,00	0	1	4.203,39
Estoril	248.000	55,00	1	1	4.509,09
Prado	249.900	70,10	1	2	3.564,91
Nova Suíssa	250.000	75,00	0	1	3.333,33
Nova Suíssa	250.000	78,00	0	1	3.205,13
Salgado Filho	250.000	125,52	1	1	1.991,71
Nova Suíssa	250.000	90,00	0	1	2.777,78
Prado	250.000	70,00	0	0	3.571,43
Nova Suíssa	250.000	57,40	1	1	4.355,40
Prado	250.000	78,00	0	1	3.205,13
Barreiro	250.000	80,00	0	1	3.125,00
Barreiro	250.000	65,00	1	1	3.846,15
Barreiro	250.000	85,00	0	2	2.941,18
Jardim América	250.000	50,79	0	2	4.922,23
Grajaú	250.000	65,00	1	1	3.846,15
Buritis	250.878	79,81	2	2	3.143,44
Buritis	252.110	53,20	1	2	4.738,91
Estoril	252.110	53,20	1	2	4.738,91
Buritis	253.000	63,44	0	2	3.988,02
Salgado Filho	253.760	115,00	1	2	2.206,61
Jardim América	253.760	115,00	1	2	2.206,61
Buritis	254.568	64,02	1	1	3.976,38
Prado	254.700	59,00	1	2	4.316,95
Nova Granada	255.000	65,00	0	2	3.923,08
Buritis	255.000	73,00	1	1	3.493,15
Buritis	257.000	60,00	1	1	4.283,33
Calafate	257.200	59,00	1	2	4.359,32
Nova Granada	258.000	60,00	1	2	4.300,00
Buritis	258.000	65,00	0	2	3.969,23
Prado	258.500	59,00	1	2	4.381,36
Grajaú	259.000	64,70	1	1	4.003,09
Nova Suíssa	260.000	67,15	0	1	3.871,93
Salgado Filho	260.000	75,82	0	1	3.429,17
Nova Suíssa	260.000	50,00	1	2	5.200,00

REGIÃO OESTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Nova Suíssa	260.000	98,71	0	2	2.633,98
Nova Suíssa	260.000	70,00	0	1	3.714,29
Buritis	260.000	58,00	1	1	4.482,76
Barreiro	260.000	65,00	0	1	4.000,00
Buritis	260.000	60,00	0	1	4.333,33
Buritis	260.000	70,00	1	2	3.714,29
Gutierrez	260.000	65,00	0	1	4.000,00
Estrela Dalva	260.000	67,00	1	2	3.880,60
Jardim América	260.000	98,71	0	2	2.633,98
Palmeiras	260.276	103,25	0	2	2.520,83
Calafate	261.100	59,00	1	2	4.425,42
Prado	262.400	59,00	1	2	4.447,46
Palmeiras	262.813	103,25	0	2	2.545,40
Prado	263.800	59,00	1	2	4.471,19
Calafate	263.800	59,00	1	2	4.471,19
Buritis	264.000	57,00	2	1	4.631,58
Buritis	264.000	55,85	2	1	4.726,95
Nova Suíssa	265.000	70,00	0	1	3.785,71
Barreiro	265.000	70,00	0	1	3.785,71
Calafate	265.000	59,00	1	2	4.491,53
Estoril	265.000	70,00	1	1	3.785,71
Prado	267.700	59,00	1	2	4.537,29
Barreiro	270.000	70,00	0	1	3.857,14
Barreiro	270.000	55,00	1	1	4.909,09
Buritis	270.000	78,00	1	1	3.461,54
Buritis	270.000	89,21	0	2	3.026,57
Estoril	270.000	65,00	0	2	4.153,85
Estoril	270.000	70,00	0	1	3.857,14
Jardim América	270.000	85,00	0	1	3.176,47
Calafate	270.400	59,00	1	2	4.583,05
Prado	274.700	59,00	1	2	4.655,93
Calafate	274.700	59,00	1	2	4.655,93
Buritis	275.000	65,00	1	2	4.230,77
Buritis	275.000	67,00	1	2	4.104,48
Buritis	275.000	98,58	0	2	2.789,61
Buritis	275.000	110,87	0	2	2.480,38
Buritis	275.000	65,76	1	1	4.181,87
Estoril	275.000	67,00	1	2	4.104,48
Estoril	275.000	65,00	1	2	4.230,77
Calafate	277.400	59,00	1	2	4.701,69
Prado	280.000	70,00	0	1	4.000,00
Nova Suíssa	280.000	68,00	1	2	4.117,65
Buritis	280.000	68,00	1	2	4.117,65
Buritis	280.000	70,57	2	2	3.967,69
Buritis	280.000	68,00	1	1	4.117,65
Barreiro	280.000	78,00	0	1	3.589,74
Buritis	280.000	73,00	1	2	3.835,62
Buritis	280.000	70,00	1	2	4.000,00
Buritis	280.000	90,88	0	2	3.080,99

REGIÃO OESTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Estoril	280.000	47,75	0	2	5.863,87
Jardim América	280.000	80,00	1	2	3.500,00
Estoril	280.000	68,00	1	2	4.117,65
Estrela Dalva	280.000	68,00	1	2	4.117,65
Jardim América	280.000	83,00	1	2	3.373,49
Estoril	280.000	67,50	2	2	4.148,15
Havaí	280.000	67,50	2	2	4.148,15
Calafate	280.000	97,00	0	1	2.886,60
Prado	280.300	59,00	1	2	4.750,85
Prado	281.000	59,00	1	2	4.762,71
Calafate	283.100	59,00	1	2	4.798,31
Calafate	283.800	59,00	1	2	4.810,17
Nova Suíssa	285.000	62,75	1	1	4.541,83
Buritis	285.000	70,00	1	1	4.071,43
Buritis	285.000	67,00	1	2	4.253,73
Estoril	285.000	67,00	1	2	4.253,73
Estoril	285.000	70,00	1	1	4.071,43
Prado	286.700	59,00	1	2	4.859,32
Buritis	288.708	70,57	2	3	4.091,09
Buritis	289.131	70,57	2	2	4.097,08
Calafate	289.600	59,00	1	2	4.908,47
Buritis	289.710	75,00	2	3	3.862,80
Nova Suíssa	290.000	62,74	1	1	4.622,25
Buritis	290.000	141,00	0	1	2.056,74
Buritis	290.000	90,00	0	1	3.222,22
Estoril	290.000	51,37	0	2	5.645,32
Gutierrez	290.000	87,50	0	1	3.314,29
Grajaú	290.000	70,00	0	1	4.142,86
Buritis	291.584	70,65	2	3	4.127,16
Estoril	292.083	94,61	0	2	3.087,23
Buritis	294.405	70,65	2	3	4.167,09
Buritis	294.681	70,57	2	2	4.175,73
Buritis	295.000	68,00	1	2	4.338,24
Buritis	295.000	90,00	1	1	3.277,78
Buritis	295.000	70,00	1	2	4.214,29
Gutierrez	295.000	66,59	1	2	4.430,09
Buritis	295.947	70,65	2	2	4.188,92
Buritis	297.000	67,00	0	2	4.432,84
Nova Suíssa	297.010	57,40	1	1	5.174,39
Prado	298.600	59,00	1	2	5.061,02
Buritis	299.000	60,00	1	2	4.983,33
Buritis	299.312	92,30	2	3	3.242,82
Buritis	299.504	70,65	2	3	4.239,26
Nova Granada	300.000	84,00	1	2	3.571,43
Buritis	300.000	65,76	1	2	4.562,04
Buritis	300.000	70,00	1	1	4.285,71
Buritis	300.000	78,00	1	2	3.846,15
Buritis	300.000	65,76	1	2	4.562,04
Calafate	301.600	59,00	1	2	5.111,86

REGIÃO OESTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Buritis	303.518	92,30	2	3	3.288,39
Salgado Filho	305.000	140,00	0	1	2.178,57
Buritis	305.074	70,65	2	3	4.318,10
Buritis	305.468	62,76	2	2	4.867,24
Prado	306.100	59,00	1	2	5.188,14
Buritis	306.152	70,65	2	3	4.333,36
Estoril	306.999	93,03	0	2	3.300,00
Buritis	307.525	92,30	2	3	3.331,80
Buritis	307.742	70,65	2	3	4.355,87
Buritis	308.554	62,76	2	2	4.916,41
Buritis	308.580	75,00	2	2	4.114,40
Calafate	309.100	59,00	1	2	5.238,98
Buritis	310.000	95,00	1	2	3.263,16
Buritis	310.000	85,31	0	1	3.633,81
Buritis	310.000	65,00	1	1	4.769,23
Buritis	310.000	150,00	1	2	2.066,67
Buritis	311.319	70,65	2	3	4.406,50
Buritis	311.455	62,76	2	2	4.962,64
Buritis	312.000	78,00	1	2	4.000,00
Prado	313.100	59,00	1	2	5.306,78
Buritis	314.255	70,65	2	3	4.448,05
Buritis	314.359	69,09	1	2	4.549,99
Estoril	314.359	69,09	1	2	4.549,99
Buritis	314.601	62,76	0	0	5.012,76
Buritis	315.000	68,00	1	2	4.632,35
Calafate	316.300	59,00	1	2	5.361,02
Buritis	316.827	69,09	1	2	4.585,71
Estoril	316.827	69,09	1	2	4.585,71
Buritis	318.245	62,76	2	2	5.070,83
Buritis	320.000	80,00	1	1	4.000,00
Buritis	320.000	117,85	0	1	2.715,32
Barreiro	320.000	75,00	2	2	4.266,67
Estoril	320.000	68,00	1	2	4.705,88
Palmeiras	321.316	80,00	2	2	4.016,45
Buritis	321.316	80,00	2	2	4.016,45
Buritis	321.460	62,76	2	2	5.122,05
Buritis	323.089	62,76	2	2	5.148,01
Buritis	323.535	70,57	2	2	4.584,60
Buritis	324.000	70,00	1	2	4.628,57
Buritis	325.000	80,00	1	2	4.062,50
Buritis	326.352	62,76	2	2	5.200,00
Palmeiras	327.036	80,00	2	2	4.087,95
Buritis	327.036	80,00	2	2	4.087,95
Buritis	330.000	68,00	0	2	4.852,94
Buritis	330.000	78,00	1	2	4.230,77
Buritis	330.000	67,00	1	2	4.925,37
Palmeiras	332.629	85,00	2	2	3.913,28
Buritis	332.629	85,00	2	2	3.913,28
Palmeiras	333.445	80,00	2	2	4.168,06

REGIÃO OESTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Buritis	333.445	80,00	2	2	4.168,06
Buritis	335.000	67,00	1	2	5.000,00
Palmeiras	338.051	85,00	2	2	3.977,07
Buritis	338.051	85,00	2	2	3.977,07
Buritis	339.000	78,00	1	2	4.346,15
Palmeiras	340.715	80,00	2	2	4.258,94
Buritis	340.715	80,00	2	2	4.258,94
Buritis	342.000	85,00	1	2	4.023,53
Palmeiras	344.069	85,00	2	2	4.047,87
Buritis	344.069	85,00	2	2	4.047,87
Buritis	345.000	85,00	1	1	4.058,82
Buritis	345.000	90,00	1	2	3.833,33
Buritis	345.000	85,00	1	1	4.058,82
Nova Suíssa	346.721	70,46	1	1	4.920,82
Buritis	347.000	88,00	1	1	3.943,18
Palmeiras	349.062	80,00	2	2	4.363,28
Buritis	349.062	80,00	2	2	4.363,28
Prado	350.000	65,00	1	2	5.384,62
Buritis	350.000	76,00	1	2	4.605,26
Buritis	350.000	65,00	1	1	5.384,62
Buritis	350.000	125,00	1	2	2.800,00
Buritis	350.000	80,00	1	2	4.375,00
Calafate	350.000	65,00	1	2	5.384,62
Palmeiras	350.812	85,00	2	2	4.127,20
Buritis	350.812	85,00	2	2	4.127,20
Buritis	355.000	85,47	1	2	4.153,50
Buritis	356.000	84,25	1	1	4.225,52
Estoril	357.110	56,17	1	2	6.357,66
Palmeiras	358.460	85,00	2	2	4.217,18
Buritis	358.460	85,00	2	2	4.217,18
Prado	360.000	95,78	1	1	3.758,61
Estoril	360.000	156,88	0	2	2.294,75
Estoril	365.000	65,00	1	2	5.615,38
Palmeiras	367.242	85,00	2	2	4.320,49
Buritis	367.242	85,00	2	2	4.320,49
Buritis	368.425	120,00	2	2	3.070,21
Buritis	370.000	86,38	1	2	4.283,40
Buritis	370.000	100,00	1	1	3.700,00
Buritis	371.338	73,76	2	2	5.034,41
Buritis	372.752	79,69	2	2	4.677,53
Buritis	373.752	79,69	2	2	4.690,07
Grajaú	375.000	125,00	1	1	3.000,00
Jardim América	376.600	78,00	0	2	4.828,21
Buritis	380.000	78,00	1	2	4.871,79
Buritis	380.000	85,00	1	2	4.470,59
Buritis	385.000	203,16	0	2	1.895,06
Buritis	385.000	95,00	1	2	4.052,63
Buritis	385.000	84,25	1	2	4.569,73
Buritis	385.000	85,47	1	2	4.504,50

REGIÃO OESTE

Bairro	Preço de Venda (R\$)	Área do Imóvel (m ²)	Qte de suítes	Nº de Vagas	R\$/m ²
Buritis	390.000	140,00	1	2	2.785,71
Grajaú	394.000	120,00	1	1	3.283,33
Buritis	395.463	86,40	1	2	4.577,12
Estoril	395.463	86,40	1	2	4.577,12
Buritis	400.000	78,00	1	2	5.128,21
Buritis	400.000	78,00	1	2	5.128,21
Barreiro	400.000	95,00	1	2	4.210,53
Estoril	400.825	86,40	1	2	4.639,18
Palmeiras	407.429	170,00	2	2	2.396,64
Buritis	407.429	170,00	2	2	2.396,64
Grajaú	420.000	95,00	1	2	4.421,05
Buritis	431.525	148,57	1	2	2.904,52
Buritis	435.000	150,00	1	2	2.900,00
Buritis	435.000	110,00	1	2	3.954,55
Prado	450.000	100,00	1	2	4.500,00
Buritis	460.000	95,00	1	2	4.842,11
Buritis	460.000	95,00	1	2	4.842,11
Estoril	460.000	95,00	1	2	4.842,11
Buritis	470.000	134,28	1	2	3.500,15
Buritis	532.496	170,00	2	3	3.132,33
Palmeiras	537.821	170,00	2	3	3.163,65
Buritis	550.000	120,00	0	2	4.583,33
Estoril	550.000	120,00	0	2	4.583,33
Palmeiras	565.832	170,00	2	3	3.328,42
Buritis	565.832	170,00	2	3	3.328,42
Média simples	261.294	71			
Média ponderada					3.741,77

Anexo IV – Bairros das regionais Centro-Sul, Norte e Oeste

Bairros da Região Oeste de Belo Horizonte



Alpes	Olhos d'água
Alto Barroca	Palmeiras
Ambrosina Primeira Seção	Pantanal
Ambrosina Segunda Seção	Parque São José
Bairro das Indústrias II	Prado
Barão Homem de Melo Primeira Seção	Salgado Filho
Barão Homem de Melo Quarta Seção	Santa Maria
Barão Homem de Melo Segunda Seção	Santa Sofia
Barão Homem de Melo Terceira Seção	São Jorge Primeira Seção
Barroca	São Jorge Segunda Seção
Betânia	São Jorge Terceira Seção
Buritis	Sport Club
Cabana do Pai Tomás	Ventosa Primeira Seção
Calafate	Ventosa Segunda Seção
Camargos	Vila Antena
Chácara Leonina	Vila Betânia
Cinquentenário	Vila Calafate
Custodinha	Vila da Amizade
Estoril	Vila Havaí
Estrela do Oriente	Vila Madre Gertrudes Primeira Seção
Gameleira	Vila Madre Gertrudes Quarta Seção
Grajaú	Vila Madre Gertrudes Segunda Seção
Guaratã	Vila Madre Gertrudes Terceira Seção
Gutierrez	Vila Nova Gameleira Primeira Seção
Havaí	Vila Nova Gameleira Segunda Seção
Imbaúbas	Vila Nova Gameleira Terceira Seção
Jardim América	Vila Nova Paraíso
Jardinópolis	Vila Oeste
Leonina	Vila Vista Alegre
Madre Gertrudes	Virgínia
Marajó	Vista Alegre
Maravilha	
Nova Cintra	
Nova Gameleira	
Nova Granada	
Nova Suíça	

Bairros da região Centro-Sul de Belo Horizonte



Acaba Mundo	Santa Rita de Cássia
Anchieta	Santana do Cafezal
Ápia	Santo Agostinho
Barro Preto	Santo Antônio
Belvedere	São Bento
Boa Viagem	São Lucas
Carmo	São Pedro
Centro	Savassi
Cidade Jardim	Serra
Comiteco	Sion
Conjunto Santa Maria	Vila Bandeirantes
Coração de Jesus	Vila Barragem Santa Lúcia
Cruzeiro	Vila FUMEC
Estrela	Vila Novo São Lucas
Fazendinha	Vila Paris
Funcionários	
Lourdes	
Luxemburgo	
Mala e Cuia	
Mangabeiras	
Marçola	
Monte São José	
Nossa Senhora da Aparecida	
Nossa Senhora da Conceição	
Nossa Senhora de Fátima	
Nossa Senhora do Rosário	
Novo São Lucas	
Pindura Saia	
Santa Efigênia	
Santa Isabel	
Santa Lúcia	

Bairros da região Norte de Belo Horizonte



Aarão Reis	Minaslândia
Bacurau	Mirante
Biquinhas	Monte Azul
Boa União Primeira Seção	Novo Aarão Reis
Boa União Segunda Seção	Novo Tupi
Campo Alegre	Planalto
Conjunto Floramar	Primeiro de Maio
Conjunto Providência	Providência
Etelvina Carneiro	São Bernardo
Floramar	São Gonçalo
Frei Leopoldo	São Tomáz
Granja Werneck	Satélite
Guarani	Solimões
Heliópolis	Tupi A
Jaqueline	Tupi B
Jardim Felicidade	Vila Aeroporto
Jardim Guanabara	Vila Clóris
Juliana	Vila Minaslândia
Lajedo	Vila Nova
Madri	Vila Primeiro de Maio
Maria Teresa	Xodó-Marize
Mariquinhas	Zilah Spósito

Anexo V – Grupos de bairros em Belo Horizonte a partir da classificação por renda média do chefe do domicílio, segundo Censo 2000

POPULAR		
AARAO REIS	HAVAI	PIRATININGA
ALTO DOS PINHEIROS	HELIOPOLIS	PONGELUPE
ALTO PARAISO	IAPI	PRACA XII
ALVARO CAMARGOS	INCONFIDENCIA	PRIMAVERA
ALVORADA	INDEPENDENCIA	PRIMEIRO DE MAIO
ANA LUCIA	INDUSTRIAL RODRIGUES	PROVIDENCIA
APARECIDA	CUNHA	REGINA
APARECIDA 7A SECAO	IPANEMA	RIBEIRO DE ABREU
BAIRRO DAS INDUSTRIAS	IPIRANGA	RIO BRANCO
BALEIA	JAQUELINE	S.J.BATISTA VN
BARREIRO e BARREIRO DE CIMA	JARDIM ALVORADA	SALGADO FILHO
BETANIA	JARDIM COMERCARIOS	SANTA CRUZ
BOA VISTA	JARDIM EUROPA	SANTA HELENA
BOM JESUS	JARDIM FELICIDADE	SANTA MONICA
BOM SUCESSO	JARDIM FILADELFIA	SANTA TEREZINHA
BONFIM	JARDIM GUANABARA	SANTO ANDRE
BRASIL INDUSTRIAL	JARDIM MONTANHES	SÃO BERNARDO
CABANA	JARDIM VITORIA	SÃO CRISTOVAO
CACHOEIRINHA	JARDINOPOLIS	SÃO GABRIEL
CAETANO FURQUIM	JATOBA	SÃO GERALDO
CALIFORNIA	JULIANA	SÃO JOAO BATISTA
CAMARGOS	LAGOA	SÃO MARCOS
CAMPO ALEGRE	LEBLON	SÃO PAULO
CANAA	LETICIA	SAO PEDRO VN
CANDELARIA	LINDEIA	SÃO SALVADOR
CAPITAO EDUARDO	MADRE GERTRUDES	SÃO THOMAS
CARDOSO	MAGNESITA	SARAMENHA
CASA BRANCA	MANTIQUEIRA	SARANDI
CEU AZUL	MARAJÓ	SAUDADE
CONFISCO - CONJ.HAB.	MARIA GORETE	SERRA DO CURRAL
CONJ.ATILA DE PAIVA	MARIA HELENA	SERRA VERDE
CONJ.JOAO PAULO II	MARIA VIRGINIA	SERRANO
COPACABANA	MARIZE	SINIMBU
COQUEIROS	MILIONARIOS	SOLIMÕES
DIAMANTE	MINAS CAIXA	SUMARE
DOM BOSCO	MINASLANDIA	SUZANA
DOM JOAQUIM	MORRO DO PAPAGAIO	TAQUARIL
DOM SILVERIO	NAZARE	TEIXEIRA DIAS
DURVAL DE BARROS	NOVA AMERICA	TIROL
ENGENHO NOGUEIRA	NOVA BARROCA	TREVO
ERMELINDA	NOVA CACHOEIRINHA	TUPI
ESTRELA DALVA	NOVA CINTRA	UNIAO
ETELVINA CARNEIRO	NOVA ESPERANCA	UNIVERSITARIO
EYWARD	NOVA GAMELEIRA	URUCUIA
FERNAO DIAS	NOVA PAMPULHA	VALE DO JATOBA
FLAVIO MARQUES LISBOA	NOVA VISTA	VERA CRUZ

POPULAR - continuação		
FLORAMAR	OLARIA	VILA BRASILIA
FREI EUSTAQUIO	OLHOS D'AGUA	VILA CAFEZAL
FREI LEOPOLDO	PALMEIRAS	VILA CEMIG
GAMELEIRA	PARAISO	VILA MAGNESITA
GLALIJA	PARQUE RIACHUELO	VILA OESTE
GLORIA	PATROCINIO	VILA VIRGINIA
GOIANIA	PAULO VI	VISTA ALEGRE
GORDURAS	PEDREIRA PRADO LOPES	WASHINGTON PIRES
GOV.BENEDITO VALADARES	PINDORAMA	XANGRILA
GUARANI	PIRAJA	ZONA RURAL

MÉDIO	
ALIPIO DE MELO	MINAS BRASIL
BAIRRO DA GRACA	MONSENHOR MESSIAS
BARREIRO de Baixo	NOVA FLORESTA
BETANIA	NOVA GRANADA
BRAUNAS	NOVA SUICA
CAICARA	PADRE EUSTAQUIO
CAICARA ADELAIDE	PALMARES
CALAFATE	PAQUETA
CARLOS PRATES	PEDRO II
CONCORDIA	PLANALTO
CONJUNTO CALIFORNIA I	POMPEIA
CONJUNTO CALIFORNIA II	RENASCENCA
CONJUNTO CELSO MACHADO	SAGRADA FAMILIA
CONJUNTO ITACOLOMI	SANTA EFIGENIA
DOM CABRAL	SANTA INES
ESPLANADA	SANTA MARIA
GARCAS	SÃO FRANCISCO
HORTO	SILVEIRA
INSTITUTO AGRONOMICO	UFMG
JARDIM AMERICA	VENDA NOVA
JOAO PINHEIRO	VILA CLORIS
LAGOINHA	

ALTO	
AEROPORTO	GRAJAU
ALTO BARROCA	ITAPOA
ALTO DOS CAICARAS	JARAGUA
BAIRRO DAS MANSOES	JARDIM ATLANTICO (Norte da Av. Portugal)
BARRO PRETO	LIBERDADE
BARROCA	NOVO SAO LUCAS
BURITIS	OURO PRETO
CASTELO	PAMPULHA
CENTRO	PRADO
CIDADE NOVA	SANTA AMELIA
COLEGIO BATISTA	SANTA BRANCA
CORACAO EUCARISTICO	SANTA ROSA
DONA CLARA	SANTA TEREZA
ESTORIL	SÃO LUCAS
FLORESTA	

LUXO	
ANCHIETA	PARQUE DAS MANGABEIRAS
BANDEIRANTES	SANTA LUCIA
BELVEDERE	SANTO AGOSTINHO
CARMO	SANTO ANTONIO
CIDADE JARDIM	SÃO BENTO
CORACAO DE JESUS	SÃO JOSE PAMPULHA
CRUZEIRO	SÃO LUIS
FUNCIONARIOS	SÃO PEDRO
GUTIERREZ	SAVASSI
JARDIM ATLANTICO (sul da Av. Portugal)	SERRA
LOURDES	SION
LUXEMBURGO	VILA PARIS
MANGABEIRAS	