

QUIZ DE FINANÇAS SUSTENTÁVEIS

Greenwashing

Gerência de Inovação e Finanças Sustentáveis

Superintendência de Orientação aos Investidores e Finanças
Sustentáveis

Outubro/2026





COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS

SUPERINTENDÊNCIA GERAL

SUPERINTENDÊNCIA DE ORIENTAÇÃO AOS INVESTIDORES E FINANÇAS SUSTENTÁVEIS

GERÊNCIA DE INOVAÇÃO E FINANÇAS SUSTENTÁVEIS

VOCÊ SABERIA IDENTIFICAR SINAIS DE *GREENWASHING*?

A sustentabilidade vem ganhando cada vez mais espaço nas estratégias empresariais e nas decisões de investimento e consumo. Nesse contexto, é fundamental distinguir iniciativas ambientais genuínas de práticas que apenas aparentam ser sustentáveis.

Greenwashing pode ser entendido¹ "a prática pela qual declarações, comunicações, ações ou informações relacionadas à sustentabilidade não refletem de forma clara e adequada a realidade de uma entidade, produto ou serviço, podendo induzir investidores a percepções equivocadas²."

Outra concepção de **greewashing** é "uma situação em que informações divulgadas ou materiais promocionais levam investidores a uma percepção equivocada sobre as práticas Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) adotadas por um produto de investimento, seus atributos ASG ou seu impacto efetivo em temas ASG³."

Este quiz foi elaborado para testar seus conhecimentos sobre o tema, estimular uma análise crítica e descobrir se você saberia identificar práticas potencialmente enganosas sobre investimentos sustentáveis.

Esta é uma iniciativa alinhada com a 10ª edição da Semana Mundial do Investidor (World Investor Week – WIW), 2026, a qual traz como lema central da edição a mensagem "Invista no seu futuro. Proteja-o hoje".

² European Securities and Markets Authority - **ESMA**. [Progress Report on Greenwashing: Response to the European Commission's request for input on "greenwashing risks and the supervision of sustainable finance policies"](#). Paris: ESMA, 2023, p. 11.

³ CFA Institute. [Global ESG Disclosure Standards for Investment Products Handbook](#). 2022, p. 1.



1. O que é *greenwashing*?

- A) *Greenwashing* é a estratégia de direcionar a carteira de investimento apenas em empresas sustentáveis.
- B) *Greenwashing* é a prática de apresentar informações relacionadas à sustentabilidade de forma enganosa, exagerada ou incompleta.
- C) *Greenwashing* é o ato de financiar projetos ambientais.
- D) *Greenwashing* é sinônimo de reduzir emissões de carbono.

2. Como o *greenwashing* pode afetar a decisão do investidor?

- A) Faz com que todos os investimentos sustentáveis apresentem as mesmas características.
- B) Pode levar investidores a tomar decisões com base em percepções equivocadas sobre características de sustentabilidade.
- C) Reduz automaticamente a rentabilidade de investimentos sustentáveis.
- D) Impede que investidores tenham acesso a informações financeiras tradicionais.

3. Em qual dessas situações o investidor deve ter mais cautela?

- A) Quando a alegação sustentável é acompanhada de dados e metodologia.
- B) Quando a alegação sustentável é explicada de forma clara e detalhada.
- C) Quando a alegação sustentável é vaga e difícil de verificar.
- D) Quando há ampla divulgação de limitações e riscos do investimento.

4. Se um fundo afirma que "gera impacto positivo no meio ambiente", qual deveria ser a primeira preocupação do investidor?

- A) Verificar o volume financeiro do fundo.
- B) Verificar a quantidade de investidores do fundo.
- C) Descobrir há quanto tempo o fundo existe.



D) Verificar como esse impacto foi medido e se a medição se baseia numa metodologia transparente.

5. Se uma empresa afirma que suas atividades contribuem para combater as mudanças climáticas, qual informação seria mais útil para avaliar essa alegação?

- A) Informações sobre o setor em que a empresa atua.
- B) Evidências que demonstrem de que forma suas atividades contribuem para os resultados climáticos alegados.
- C) Comparações entre o desempenho da empresa e o de seus concorrentes.
- D) Informações sobre a existência de metas climáticas de longo prazo.

6. Se uma empresa promete atingir emissões líquidas zero⁴ até 2050, qual conjunto de informações contribui para avaliar a credibilidade desse compromisso?

- A) A frequência com que a empresa comunica seus compromissos climáticos ao mercado.
- B) A participação da empresa em iniciativas ou compromissos climáticos voluntários.
- C) A comparação da meta anunciada com as metas divulgadas por empresas do mesmo setor.
- D) A existência de metas intermediárias, indicadores de acompanhamento e um plano para atingir o objetivo.

7. Uma empresa anuncia um ambicioso plano de transição⁵ sustentável, mas não informa recursos, prazos ou indicadores de acompanhamento. Isso pode ser um sinal de alerta porque:

⁴ Segundo a [Net Zero Coalition da ONU](#), em termos simples, emissões líquidas zero, ou *net zero*, significa reduzir as emissões de carbono a uma baixa quantidade de modo que essas emissões residuais possam ser absorvidas e armazenadas de forma duradoura pela natureza e por outras medidas de remoção, de modo que não reste carbono na atmosfera.

⁵ Segundo o [CDP](#), um plano de transição é um plano de ação temporalmente delimitado, que claramente delineia como a organização vai alcançar sua estratégia de direcionar seus ativos, operações e modelo de negócio a uma trajetória de alinhamento com as mais recentes e ambiciosas recomendações científicas de clima.



- A) Planos de transição são vedados pela legislação e resoluções da Comissão de Valores Mobiliários.
- B) Todo plano de transição é um possível indicador de *greenwashing*.
- C) Pode existir uma distância entre o compromisso divulgado e sua implementação prática.
- D) Empresas não podem falar sobre objetivos futuros em razão de incertezas decorrentes do próprio mercado.

8. Um fundo afirma adotar estratégia ASG⁶. Qual informação permite avaliar se essa estratégia está sendo efetivamente implementada?

- A) A quantidade de compromissos de sustentabilidade divulgados pelo fundo.
- B) Os investimentos efetivamente realizados e os critérios utilizados para selecioná-los.
- C) Os materiais utilizados para promover o fundo junto aos investidores.
- D) Os resultados financeiros divulgados nos últimos anos.

9. Se um fundo informa que contribui para diversos objetivos de sustentabilidade, mas não explica como mede seu desempenho em relação a esses objetivos, qual consequência está mais diretamente relacionada à falta dessas informações?

- A) O investidor pode encontrar dificuldades para verificar os resultados financeiros do fundo.
- B) O fundo perde automaticamente sua classificação como produto sustentável.
- C) O investidor pode ter dificuldade para verificar se os objetivos divulgados estão sendo efetivamente alcançados.
- D) O fundo fica impedido de incluir novos ativos em sua carteira.

⁶ Tradução para o português da sigla ESG (*Environmental, Social and Governance*): Ambiental, Social e Governança (ASG). Considera-se investimentos ASG como aqueles que consideram aspectos relacionados aos fatores citados, como, por exemplo: uso sustentável dos recursos naturais, redução da emissão de carbono, eficiência energética, desigualdade, globalização, automatização e IA, ética, políticas e relações de trabalho, proteção de dados, entre outros.



10. Se um fundo é apresentado como sustentável, mas a relação entre alguns investimentos da carteira e a estratégia divulgada não está clara, o que o investidor deve avaliar?

- A) Possível utilização de critérios ASG excessivamente rigorosos na seleção dos investimentos.
- B) Possível concentração excessiva da carteira em ativos relacionados à sustentabilidade.
- C) Possível desalinhamento entre o que é divulgado aos investidores e os investimentos efetivamente realizados pelo fundo.
- D) Possível limitação da diversificação da carteira em razão dos objetivos sustentáveis divulgados.

11. Se uma empresa destaca apenas seus resultados ambientais positivos, sem mencionar riscos ou desafios relevantes, qual consequência isso pode gerar?

- A) O investidor pode concluir que a empresa possui desempenho superior ao de todos os seus concorrentes.
- B) O investidor pode entender que a empresa é obrigada a divulgar apenas informações favoráveis ao mercado.
- C) O investidor pode considerar que os resultados ambientais positivos são os únicos aspectos relevantes para analisar a empresa.
- D) O investidor pode ser levado a uma avaliação incompleta do desempenho sustentável da empresa.

12. Se uma instituição destaca amplamente sua participação em uma iniciativa ASG internacional, o mais adequado é que o investidor:

- A) Entenda que a adesão à iniciativa garante a adoção das melhores práticas de sustentabilidade.
- B) Avalie se existem ações concretas compatíveis com os compromissos divulgados.
- C) Considere a mera participação na iniciativa como evidência suficiente do desempenho sustentável da instituição.
- D) Atribua maior relevância à participação na iniciativa, pois a adesão às iniciativas ASG é o melhor critério para medir o desempenho sustentável de uma instituição.



GABARITO COMENTADO

QUESTÃO 1: Alternativa B

Alternativa A: O ato de investir em empresas sustentáveis não se trata de *greenwashing*, mas sim de uma estratégia de investimento, pois *greenwashing* é a prática de divulgar, de forma enganosa, exagerada ou incompleta, informações sobre sustentabilidade.

Alternativa B: Está correta porque *greenwashing* consiste justamente na apresentação de informações relacionadas à sustentabilidade de forma enganosa, exagerada, ambígua ou incompleta, podendo induzir investidores a conclusões equivocadas.

Alternativa C: Financiar projetos ambientais é uma prática legítima e não envolve, por si só, a prática de *greenwashing*.

Alternativa D: Reduzir emissões de carbono pode integrar uma estratégia de sustentabilidade, mas não corresponde ao conceito de *greenwashing*.

QUESTÃO 2: Alternativa B

Alternativa A: O *greenwashing* não faz com que todos os investimentos sustentáveis apresentem as mesmas características. Produtos e estratégias podem ter objetivos, critérios e abordagens distintos.

Alternativa B: Está correta porque o *greenwashing* é levar investidores a tomar decisões com base em percepções equivocadas sobre as características de sustentabilidade de empresas, produtos ou fundos.

Alternativa C: O *greenwashing* não reduz automaticamente a rentabilidade dos investimentos sustentáveis. A questão principal está relacionada à qualidade da informação disponível ao investidor.

Alternativa D: Informações financeiras tradicionais continuam disponíveis mesmo quando há riscos de *greenwashing*. Todavia, o problema é a possível distorção das informações relacionadas à sustentabilidade.



QUESTÃO 3: Alternativa C

Alternativa A: Ao contrário da alegação sustentável vaga, a presença de dados e metodologia tende a aumentar a capacidade do investidor de avaliar a alegação apresentada.

Alternativa B: Ao contrário da alegação sustentável vaga, explicações claras e detalhadas contribuem para a transparência das informações divulgadas.

Alternativa C: Está correta porque alegações vagas, genéricas ou difíceis de verificar podem dificultar a avaliação de sua veracidade e constituem um importante sinal de alerta para o investidor.

Alternativa D: Ao contrário da alegação sustentável vaga, a divulgação de limitações e riscos tende a fornecer uma visão mais equilibrada do investimento e reduzir o risco de o investidor formar percepções equivocadas.

QUESTÃO 4: Alternativa D

Alternativa A: O volume financeiro do fundo, por si só, não permite concluir se o impacto divulgado efetivamente existe ou foi corretamente demonstrado, em razão da ausência aparente de nexo causal.

Alternativa B: A quantidade de investidores do fundo não comprova a existência do impacto ambiental alegado.

Alternativa C: Não existe nexo de causalidade direto entre tempo de existência do fundo e impacto ambiental positivo.

Alternativa D: Está correta porque alegações de impacto devem ser acompanhadas de informações que permitam compreender como esse impacto foi medido e quais critérios foram utilizados para sua mensuração.

QUESTÃO 5: Alternativa B

Alternativa A: O setor de atuação da empresa pode fornecer contexto relevante, mas não demonstra, por si só, que suas atividades geram os resultados climáticos alegados.

Alternativa B: Está correta porque a avaliação de alegações de impacto exige evidências que demonstrem a relação entre as atividades desenvolvidas pela empresa e os resultados ambientais efetivamente alegados.



Alternativa C: Comparações com concorrentes podem ser úteis, mas não comprovam a existência do impacto divulgado pela própria empresa.

Alternativa D: A existência de metas futuras não demonstra, por si só, a contribuição atual da empresa para o combate às mudanças climáticas.

QUESTÃO 6: Alternativa D

Alternativa A: A frequência das comunicações não demonstra, por si só, a capacidade da empresa de cumprir a meta anunciada.

Alternativa B: A adesão a iniciativas climáticas pode ser positiva, mas não substitui informações sobre a implementação efetiva da meta e nem comprova, por si só, o atingimento das metas eventualmente estabelecidas.

Alternativa C: A comparação com outras empresas não permite avaliar se a meta específica é executável ou não.

Alternativa D: Está correta porque metas intermediárias, indicadores e um plano concreto ajudam a demonstrar como o compromisso será implementado e acompanhado ao longo do tempo.

QUESTÃO 7: Alternativa C

Alternativa A: Planos de transição não são vedados pela regulamentação.

Alternativa B: Um plano de transição não configura, por si só, *greenwashing*, pois a prática ocorre quando “declarações, comunicações, ações ou informações relacionadas à sustentabilidade não refletem de forma clara e adequada a realidade [...]”.

Alternativa C: Está correta porque pode existir uma diferença entre o compromisso divulgado ao mercado e a capacidade efetiva de implementá-lo na prática.

Alternativa D: Empresas podem divulgar objetivos futuros, desde que apresentem informações adequadas para sua avaliação.

QUESTÃO 8: Alternativa B

Alternativa A: Compromissos divulgados podem revelar intenções, mas não demonstram, por si só, como a estratégia é implementada nem garantem que ela esteja efetivamente em prática.



Alternativa B: Está correta porque a análise dos investimentos efetivamente realizados e dos critérios de seleção permite verificar se a estratégia ASG divulgada corresponde à realidade.

Alternativa C: Materiais promocionais possuem finalidade de divulgação e não substituem a análise da carteira.

Alternativa D: Resultados financeiros, embora relevantes, não demonstram, por si só, a existência de uma estratégia ASG.

QUESTÃO 9: Alternativa C

Alternativa A: A principal consequência não é a dificuldade de verificar os resultados financeiros do fundo, mas sim a dificuldade de avaliar se os objetivos de sustentabilidade divulgados estão sendo efetivamente alcançados.

Alternativa B: A ausência de métricas não implica perda automática da classificação do produto.

Alternativa C: Está correta porque, sem indicadores ou formas de mensuração, o investidor pode ter dificuldade para verificar se os objetivos anunciados estão sendo efetivamente alcançados.

Alternativa D: A situação descrita não impede automaticamente a inclusão de novos ativos na carteira.

QUESTÃO 10: Alternativa C

Alternativa A: Critérios mais rigorosos de sustentabilidade podem influenciar a composição da carteira, mas não explicam a possível incompatibilidade entre os investimentos realizados e a estratégia ASG divulgada aos investidores.

Alternativa B: O fato de o fundo investir em ativos aparentemente incompatíveis com sua proposta sustentável não significa, necessariamente, que a carteira esteja excessivamente concentrada.

Alternativa C: Está correta porque o possível risco é o desalinhamento entre a estratégia ASG divulgada aos investidores e os investimentos efetivamente realizados.

Alternativa D: Limitações de diversificação podem existir, mas não constituem a preocupação indicada pela situação descrita.

**QUESTÃO 11: Alternativa D**

Alternativa A: A divulgação apenas de informações positivas não permite concluir que a empresa tenha desempenho superior ao de seus concorrentes, pois essas informações podem apresentar uma visão parcial de seu desempenho.

Alternativa B: Empresas não estão obrigadas a divulgar apenas informações favoráveis ao mercado.

Alternativa C: A divulgação seletiva não elimina os riscos efetivamente existentes.

Alternativa D: Está correta porque a omissão de riscos e desafios pode impedir uma avaliação equilibrada e completa do desempenho sustentável da empresa.

QUESTÃO 12: Alternativa B

Alternativa A: A adesão a uma iniciativa ASG não garante, por si só, a adoção das melhores práticas de sustentabilidade.

Alternativa B: Está correta porque o investidor deve verificar se a participação na iniciativa é acompanhada de ações concretas coerentes com os compromissos divulgados.

Alternativa C: A mera participação em uma iniciativa não constitui evidência suficiente do desempenho sustentável da instituição.

Alternativa D: A participação em iniciativas ASG deve ser considerada em conjunto com outras informações relevantes.



Elaboração

Gerência de Inovação e Finanças Sustentáveis — GEFIS/SOI/CVM

Equipe técnica

Arthur Pinheiro Miranda

Ramon Silva Brandão Oliveira

