

OS NFTS E SUA MENSURAÇÃO NA CONTABILIDADE

Isabele de Borba Marques¹
Alessandra Fernandes Bichof²

RESUMO

Os *Non-fungible Tokens (NFTs)* ficaram famosos no mercado brasileiro a partir de 2020, e estão ganhando cada vez mais espaço dentro das empresas, que têm a possibilidade de explorar novos mercados e formas de investimento, mas precisam de orientação para lidar com esses ativos em suas anotações contábeis. Para tal, foi necessário analisar conceitos contábeis e de criptoativos, assim como definir sua medida de valor. Diante disso, esta pesquisa tem como objetivo identificar quais são os parâmetros aceitáveis para mensurar o NFT. Para tal objetivo, foi utilizado uma pesquisa exploratória onde foram analisados relatórios contábeis de 2022 de cinco empresas diferentes. Os resultados indicam que, apesar de as empresas reconhecerem os NFTs e já terem vendido os próprios por meio de parcerias, ainda há muita insegurança na hora de contabilizar esses ativos. Isso se deve à falta de regulações específicas e às diferentes interpretações das regras já existentes entre as empresas, e é essa incerteza que pode levar a dificuldades na tomada de decisões e na gestão desses ativos. No entanto, é importante reconhecer as limitações deste estudo devido à pequena amostra de empresas analisadas e à evolução das regulamentações sobre NFTs. Além disso, uma pesquisa futura poderia analisar como a adoção de NFTs pelas empresas influencia o reconhecimento da marca e o envolvimento dos clientes, proporcionando insights sobre o papel desses ativos na construção de relacionamentos e na vantagem competitiva.

Palavras-chave: NFT. Criptoativo. Contabilidade.

¹ Aluna do 5º período do curso de Ciências Econômicas da FAE Centro Universitário. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2022-2023). *E-mail:* isabele.marques@mail.fae.edu

² Orientadora da Pesquisa. Mestre em Educação pela Universidade São Francisco. Professora da FAE Centro Universitário. *E-mail:* alessandra.bichof@fae.edu

INTRODUÇÃO

Os NFTs (sigla para “*Non-fungible Tokens*”, como tradução livre tokens não fungíveis) ganharam sua fama em 2020, ainda mais com a aquisição de Neymar Jr. por um NFT da coleção BAYC por 55 ETH, que em abril de 2022 equivalia a cerca de R\$800 mil. Segundo Baldissera (2021), essa tecnologia usa o *blockchain*, um sistema de segurança criptografado, para armazenar cada uma de suas peças, que, em sua maioria, são imagens ilustradas.

Com a novidade do metaverso e as grandes possibilidades do NFT, as empresas se depararam tanto com um novo mercado quanto uma nova forma de investimento. Ao defrontar-se com essa nova situação, entretanto, as empresas necessitam de um bom esclarecimento em suas anotações contábeis, ainda que seja uma novidade.

Entretanto, já existe uma regulamentação para os criptoativos, a IN RFB nº 1.888. Segundo esta, é necessário a publicação de dados, sujeito a penalidades (FAROS, 2020).

Outro problema dos criptoativos, como o próprio NFT, é sua noção de valor, ou seja, quanto é seu valor em troca de criptomoedas ou mesmo o dólar e o real. O valor dos NFTs varia de categoria para categoria, dependendo de sua demanda, ou seja, de quanto os consumidores desejam comprar, e também de sua divulgação (ZHANG, 2023).

Diante disso, este estudo tem como objetivo geral identificar quais são os parâmetros aceitáveis para mensurar contabilmente o NFT. E como objetivos específicos:

- a) contextualizar os conceitos por trás dos criptoativos e NFTs;
- b) relacionar as regras contábeis e como podem ser utilizadas para mensurar os criptoativos (NFTs) dentro de uma empresa;
- c) verificar as dificuldades na valoração do criptoativo; e
- d) discorrer sobre casos de empresas que já possuam NFTs em seu balanço patrimonial.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 O QUE É *BLOCKCHAIN*

Popularmente conhecida como *blockchain*, essa tecnologia foi criada por Satoshi Nakamoto como rede para sua criptomoeda *Bitcoin*, a mais famosa no mercado. No ambiente virtual e com alta capacidade de codificação, os registros da blockchain — isto

é, aqueles feitos com a compra e venda do criptoativo — são armazenados em blocos que se juntam a antigos, formando assim uma corrente que garante a exclusividade da ação. Segundo a autora Olívia Baldissera (2021), “*blockchain* é um tipo de DLT que registra cada transação em um bloco de dados, que se conecta aos que já existem e aos que serão criados posteriormente”, onde a sigla DLT significa “*distributed ledger technology*” ou tecnologia de registro descentralizado. A autora ainda continua:

Os blocos acabam formando uma cadeia de dados. Cada bloco que é adicionado fortalece a verificação de toda a cadeia, o que a torna inviolável. Por isso a blockchain é considerada uma tecnologia de registro de transações segura e eficiente. O uso da tecnologia blockchain não se restringe aos criptoativos. Ela pode ser usada para acompanhar pedidos, pagamentos, contas e andamento da produção de ativos tangíveis e intangíveis. (BALDISSERA, 2021)

Seu uso serve para, segundo Thiago Reis (2021), “transferir e registrar as operações de forma segura”. Para essa transferência acontecer, é necessário uma validação que é efetuada pelos usuários e o criptoativo que estava registrado em que enviou passa para quem recebeu. O autor continua: “Por último existe o *Hash*. O *Hash*, nada mais é do que um código referente ao registro de uma transferência no *blockchain*”, ou seja, serve para assegurar que tal transferência foi corretamente realizada. Além disso, uma vantagem desta tecnologia é a sua descentralização, já que a origem desse sistema não estava ligada a nenhuma organização, permitindo a visualização, como diz o autor “o usuário ou terceiros podem analisar e auditar os blocos para determinar se a rede está de acordo”.

1.2 A CONTABILIDADE E OS CRIPTOATIVOS

Uma empresa, segundo Gilmar Masiero em seu livro *Administração de Empresas* (2012, p. 65), pode ser definida como “um grupo de pessoas trabalhando conjuntamente na busca de objetivos e metas aos seus propósitos e à sua missão”, isto é, uma empresa é uma organização com fins determinados onde seus integrantes trabalham para atingi-los. Dentro de suas abrangências, no entanto, neste artigo contará apenas com a área contábil.

Entre os conceitos contábeis básicos, destaca-se a definição de Balanço Patrimonial. Conforme José Carlos Marion, autor de *Contabilidade Básica* (2022, p. 56), o Balanço Patrimonial é “o mais importante relatório gerado pela Contabilidade”. Por meio dele pode-se identificar a saúde financeira e econômica da empresa no fim do ano ou em qualquer data prefixada”. Esse balanço divide-se em três partes: Ativos, que incluem ativo circulante e ativo não circulante; Passivos, também com categorias análogas; e Patrimônio Líquido. Para compreender a diferença entre Ativos e Passivos circulantes ou não circulantes, é crucial entender o conceito de curto e longo prazo na

contabilidade, conforme definido pelo autor: “curto prazo em Contabilidade significa um período de até um ano. [...] Longo prazo, por sua vez, identifica um período superior a um ano” (MARION, 2022, p. 68). Portanto, o ativo circulante envolve “dinheiro disponível (caixa e bancos) em poder da empresa e também todos os valores que serão transformados [...] em dinheiro a curto prazo” (MARION, 2022, p. 70). Por sua vez, o ativo não circulante abrange os realizáveis a longo prazo, como investimentos, imobilizado e intangível.

Investimentos: são aplicações que nada têm a ver com a atividade da empresa. [...]
Imobilizado: são bens corpóreos (palpáveis) destinados à manutenção da atividade principal da empresa ou exercidos com essa finalidade, inclusive os decorrentes de operações que transfiram à empresa os benefícios, riscos e controle desses bens. [...]
Intangível: são direitos que tenham por objeto bens incorpóreos, isto é, não palpáveis, que não se podem tocar, pegar, destinados à manutenção da empresa ou exercidos com essa finalidade (MARION, 2022, p.72).

Além disso, também existe o CPC 00 (Comitê de Pronunciamentos Contábeis 00). Ele trata das Estruturas Conceituais para Elaboração e Apresentação das Demonstrações Contábeis, e por isso desempenha um papel fundamental no âmbito contábil, também fornecendo diretrizes abrangentes sobre o reconhecimento, definição e mensuração dos elementos contábeis.

Os elementos reconhecidos nas demonstrações contábeis são quantificados em termos monetários. Isso exige a seleção de uma base de mensuração. A base de mensuração é uma característica identificada – por exemplo, custo histórico, valor justo ou valor de cumprimento – de item sendo mensurado. Aplicar a base de mensuração a ativo ou passivo cria uma mensuração para esse ativo ou passivo e para as respectivas receitas e despesas (CPC 00).

Dentro da contabilidade, os criptoativos já são reconhecidos como bens, como cita o autor Vitor Torres (2022) “[...] em 2019, o Banco Central reconheceu as criptomoedas como bens, passando a negociação desses ativos digitais a serem contabilizados na balança comercial nacional”. E continua: “No final de 2020, o Ministério da Economia, por meio de seu Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração, confirmou que o Bitcoin e demais criptomoedas podem ser utilizados para composição do capital social de um negócio” (TORRES, 2022).

De acordo com a CVM, Comissão de Valores Mobiliários da Receita Federal do Brasil e do Banco Central, o Bitcoin e outras criptomoedas são consideradas valores mobiliários, ou seja, títulos que geram remuneração. Também por conta desse princípio, esses ativos digitais são vistos como investimentos de pessoas jurídicas (TORRES, 2022).

A luz do CPC, os criptoativos em geral podem ser contabilizados como intangíveis. Ainda sim, embora o CPC ofereça um referencial, a contabilização de NFTs ainda pode ser desafiadora e requer uma abordagem criteriosa por parte das empresas.

1.2.1 Custo e Despesa na Contabilidade

Caso dispêndios com NFTs não forem classificados como ativos na contabilidade, isso devido à sua utilização, podem ser configurados como gastos. Estes, segundo Crepaldi (2023, p. 21), “são os encargos financeiros efetuados por uma entidade com vista à obtenção de um produto ou serviço qualquer para a produção de um bem ou para a obtenção de uma receita”. Além disso, eles são classificados em quatro tipos: investimentos, custos, despesas e perdas ou desperdícios. Neste capítulo, serão aprofundados os conceitos de custo e despesa.

Ainda segundo os autores, temos que os custos são definidos como:

Custos são os gastos relativos a bens ou serviços utilizados na produção de outros bens ou serviços, sejam eles desembolsados ou não. [...] Os custos são gastos essenciais à produção, visto que os fatores produtivos são utilizados com o objetivo de adquirir novos produtos ou serviços. (CREPALDI, 2023, p. 23)

Enquanto as despesas, por sua vez, tem como definição “as despesas são gastos com bens ou serviços não utilizados nas atividades produtivas e consumidos com a finalidade de obtenção de receitas” (CREPALDI, 2023, p. 24). Elas se dividem em alguns tipos, como administrativas, comerciais, financeiras e tributárias, que também podem ser fixas ou variáveis (CREPALDI, 2023).

Sobre as despesas comerciais, Osni Moura Ribeiro (2018, p. 309) escreve:

Para a Contabilidade de Custos, departamento é a menor unidade administrativa da empresa industrial, composta por homens e bens, capaz de realizar tarefas homogêneas. Para realizar suas tarefas, os departamentos geram gastos que poderão ser classificados tanto como despesas quanto como custos.

O autor ainda continua, “Quando os gastos gerados nos departamentos beneficiam a produção [...] eles são classificados como custos” (RIBEIRO, 2018, p. 310). Desta forma, as despesas com marketing (que entram como comerciais) também são incluídas no balanço patrimonial das empresas. Isso ocorre porque essas despesas são consideradas um componente essencial dos custos operacionais, assim como outros gastos relacionados à produção e comercialização de bens ou serviços.

1.3 REGULAMENTAÇÃO DOS CRIPTOATIVOS NO BRASIL

Como já citado anteriormente, o Ministério da Economia já confirmou o uso das criptomoedas para a formação do capital social, já válidos para serem contabilizados na balança comercial nacional. A Instrução Normativa n.1.888/2019, publicada em 07 de maio de 2019, foi a primeira a determinar a obrigatoriedade da declaração de informações para a Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil (RFB). A definição dada pela instrução normativa para criptoativos é:

Art. 5º [...] I - criptoativo: a representação digital de valor denominada em sua própria unidade de conta, cujo preço pode ser expresso em moeda soberana local ou estrangeira, transacionado eletronicamente com a utilização de criptografia e de tecnologias de registros distribuídos, que pode ser utilizado como forma de investimento, instrumento de transferência de valores ou acesso a serviços, e que não constitui moeda de curso legal (IN RFB nº 1.888);

Segundo o autor Fabio Roberto Faros (2020), a IN RFB nº 1.888 delimita que “as operações maiores que 30 mil ao mês, realizadas por pessoas físicas ou jurídicas, devem ser declaradas ao fisco”. Ainda segundo esta, é necessário a publicação de vários dados que auxiliem a evitar ações como fraudes ou roubo de entidade, sugeridas a penalidade aquelas corretoras que não enviarem as informações, como explica o autor:

As corretoras nacionais de criptoativos devem enviar as informações à RFB e estão sujeitas a penalidades, caso não cumpram com esta obrigação acessória. Para quem opera com corretoras estrangeiras, a responsabilidade pelas declarações é do investidor brasileiro, tanto pela declaração mensal, quanto pela sua regular declaração anual de imposto de renda. Neste formato, os ganhos são auferidos mensalmente e recolhido o imposto devido até o final do mês subsequente (FAROS, 2020).

O autor Vitor Torres (2022) explana sobre as multas relacionadas à declaração incorreta e tributação de criptoativos, especialmente criptomoedas. De acordo com a norma, as multas variam conforme a situação, abrangendo valores mensais de R\$500 a R\$1.500 para declarações extemporâneas e 3% do valor da operação por omissão ou informações errôneas, entre outras circunstâncias. Quanto à tributação, há diferenças entre Pessoa Natural e Pessoa Jurídica. No caso da primeira, ganhos acima de R\$53 mil são tributados com escalas progressivas, enquanto a segunda não possui isenção. Para empresas Simples Nacional, os valores variam de 15% a 22,5% de acordo com os lucros, e para empresas de Lucro Presumido, o ganho de capital é adicionado à base de cálculo do IRPJ e CSLL no trimestre da venda das criptomoedas.

1.4 O QUE SÃO OS NFTS

Sigla para “*Non-Fungible Tokens*”, que pode ser traduzida como *tokens* não fungíveis, o NFT nasceu, segundo Helena Margarido e Paulo Ricardo Oliveira (2022), com “as chamadas “moedas coloridas” (*colored coins*) em 2012. Armazenadas na *blockchain* do *Bitcoin*, as *Colored coins* ofereciam uma maneira de representar digitalmente a propriedade de ativos únicos do mundo real”. O primeiro NFT foi criado pelo artista Kevin McCoy, e tem o objetivo de proporcionar aos artistas fontes adicionais de renda extra e maior controle sobre seus trabalhos. Dessa forma, o NFT funciona como um certificado que tem seu registro nas *blockchains*, protegendo aquela arte. Entretanto, os NFTs não representam somente artes: segundo Baldissera (2021), eles são “criptoativos colecionáveis que representam ativos tangíveis e intangíveis como obras de arte, itens de videogames, música, vídeos, carros e imóveis”.

Atualmente, a rede mais usada é a *Ethereum*, lançada em 2015. Segundo Margarido (2022), o projeto *Etheria* “tinha o objetivo de ser um mundo descentralizado: foram criados os “cripto-imóveis”, representados por hexágonos comercializáveis, o que foi apresentado posteriormente na DEVCON 1”. Já em 2017 foram criados os *CryptoPunks*, uma coleção de dez mil NFT, inicialmente gratuitos, que, com seu sucesso, fez seus exemplares valerem milhares de dólares. A autora continua:

Mas, como se sabe, a evolução dos NFTs não parou por aí. Desenvolvedores continuaram abrindo diversos leques de oportunidades, até que o próximo experimento, dessa vez com games, ocorresse: um jogo chamado *CryptoKitties* foi lançado, trazendo NFTs colecionáveis com imagens de diversos gatinhos, emitidos utilizando a *blockchain* da *Ethereum* (MARGARIDO, 2022).

A popularização desse tipo de criptoativo cresceu bastante em 2020, ainda mais com o lançamento dos *Bored Ape Yacht Club* (BAYC), que de acordo com Margarido (2022) inovaram em ser os primeiros NFTs em estilo cartoon; “Até aquele momento, os NFTs não eram criados com características de cartoon — foram os BAYC que inauguraram o padrão. A comunidade ficou surpresa e pouco mais de oito horas depois da revelação das artes, todos os NFTs foram vendidos”. O mercado crescente de movimentação bilionária começou a atrair as empresas, ainda mais com a crescente visão de futuro promissor.

1.5 O VALOR DO CRIPTOATIVO

Dentro de conceitos econômicos, o preço de um produto varia de acordo com sua demanda, ou seja, de acordo com a necessidade das pessoas por esse. Quando se fala dos criptoativos, com inicial enfoque em criptomoedas, essa relação de demanda

pode ficar um pouco mais complexa, mesmo que sejam considerados como reserva de valor e unidade de troca. O autor Z. John Zhang escreve em seu artigo *Cryptopricing: Whence comes the value for cryptocurrencies and NFTs? (Criptoativos: De onde vem o valor para as criptomoedas e NFTs?)*:

This brief tour of Bitcoin pricing shows that its fundamental value lies with the backbone technology — blockchains and the ingenious design largely mimicking the behaviors of precious metals. The key to the realization of this value and its long-term viability is to retain and grow the network of miners and the believers. In other words, the value of Bitcoin hinges on the collective belief in its eventual wide acceptance as a store of value and a unit of Exchange. (ZHANG, 2023)³

Dessa forma, quanto mais as pessoas acreditarem e aceitarem o *Bitcoin* no mercado, maior é sua força como meio de troca, mesmo que seus valores ainda sejam de grande incerteza por dependerem, quase que exclusivamente, de sua demanda. Outra autora que escreve sobre isso é a Talita Nifa (2022). Segundo ela, outros fatores também podem interferir no preço dos criptoativos, como “1. lei da oferta e da procura; 2. número de carteiras digitais; 3. aceitação do mercado; 4. eventos que influenciam a economia; 5. desenvolvimento da moeda” e, como já citado anteriormente, esse tipo de ativo é descentralizado. Nifa (2022) ainda descreve como estes influenciam na cotação dos criptoativos. No caso do número de carteiras digitais, isso acontece porque “quando há mais carteiras digitais e aplicativos desse tipo em uso, a cotação tende a aumentar, pois acredita-se que mais pessoas estão interessadas em adquirir criptomoedas”. Além disso, eventos como “crises ou restrições monetárias podem impactar a cotação dos criptoativos”.

E quando se trata no caso dos NFTs, entretanto, os preços podem variar de categoria para categoria, já que eles são muito amplos. Z. John Zhang (2023) descreve:

Unlike Bitcoin, each NFT is unique, and the value of an NFT can be more private to a specific buyer than common to all buyers. In other words, it is chiefly the willingness to pay of individual buyers for an NFT that determines how high the NFT’s price can go. (ZHANG, 2023)⁴

³ “Este breve tour pela precificação do Bitcoin mostra que seu valor fundamental reside na tecnologia de backbone - blockchains e o design engenhoso que imita em grande parte os comportamentos de metais preciosos. A chave para a realização desse valor e sua viabilidade a longo prazo é reter e aumentar a rede de mineradores e crentes. Em outras palavras, o valor do Bitcoin depende da crença coletiva em sua eventual ampla aceitação como reserva de valor e unidade de troca”. (Tradução livre)

⁴ Diferente do Bitcoin, cada NFT é único, e o valor de um NFT pode ser mais privado para um comprador específico do que comum para todos os compradores. Em outras palavras, é principalmente a disposição de pagar dos compradores individuais por um NFT que determina o quão alto o preço do NFT pode subir. (Tradução livre)

Assim, um comprador pode sentir-se satisfeito com seu NFT mesmo que ele desvalorize, pois sua aquisição pode ter sido por um motivo bem mais pessoal; além disso, a ampla divulgação dessa imagem, garantida sua autenticidade, pode até ser positiva para seu preço.

The fact that this piece can be copied by anyone and has been copied by many does not at all hurt the value of owning this piece. To the contrary, replications and wide media exposure only make this work more popular and prominent and hence enhance the ownership value in the same way as the original Mona Lisa painting at Louvre Museum whose value can only go up if more people know about it and are exposed to any replica of the painting. (ZHANG, 2023)⁵

Entretanto, o NFT pode conter ainda mais utilidade que a criptomoeda por não servir somente como reserva de valor. Um criptoativo como esse pode ser uma chave de acesso para algo exclusivo digitalmente, como, por exemplo, dentro do metaverso, ou mesmo disponibilizar acesso a algum evento real, como o caso do BAYC que concede entradas em eventos exclusivos para aqueles que possuem um de seus NFTs. Além disso, as marcas famosas podem usar de seu poder para vender NFTs com altos preços, como a Nike, que criou uma coleção de tênis cujo valor mais barato é 1,6 ETH, cujo valor equivale a milhões de reais.

For luxury brands, producing wearable NFTs gives them a newfound advantage: they are not constrained by fabric availabilities, product safety, design feasibility and social norms, and they can be more creative and more customized to individual styles. (ZHANG, 2023)⁶

Diversos estudos recentes mostram que as gerações mais novas passam cada vez mais tempo online e, com o avanço da tecnologia e do metaverso, pode ficar cada vez mais comum que haja a necessidade de um *diferencial* para cada pessoa, onde as empresas podem ganhar seu potencial.

⁵ O fato dessa peça poder ser copiada por qualquer pessoa e já foi copiada por muitos não prejudica em nada o valor de possuir essa peça. Pelo contrário, as replicações e a ampla exposição na mídia apenas tornam este trabalho mais popular e proeminente e aumentam o valor de propriedade, da mesma forma que a pintura original de Mona Lisa no Museu do Louvre cujo valor só pode aumentar se mais pessoas souberem dela e forem exposto a qualquer réplica da pintura. (Tradução livre)

⁶ Para marcas de luxo, produzir NFTs vestíveis dão a elas uma nova vantagem: eles não são restringidos por disponibilidade de tecidos, segurança do produto, viabilidade de design e normas sociais, e podem ser mais criativos e personalizados para estilos individuais. (Tradução livre)

2 METODOLOGIA

Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 14), a metodologia “é compreendida como uma disciplina que consiste em estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica”, utilizando da “aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade”.

Dessa forma, as pesquisas científicas são realizadas em processos longos que envolvem diversas fases, sendo desde a formulação do problema, que deve ser adequada, até a apresentação dos resultados (GIL, 2002).

Como pesquisa exploratória, Gil (2002, p. 41) define o objetivo como “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”, isso por meio de, em sua maioria, pesquisas de levantamento bibliográfico e a análise de exemplos.

2.1 SELEÇÃO DOS TEXTOS PARA A PESQUISA

Para a coleta de dados, Lakatos e Marconi (2003, p. 158) definem a pesquisa bibliográfica como um “apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados”. Além disso, é a etapa que exige do pesquisador “paciência, perseverança e esforço pessoal, além do cuidadoso registro dos dados e de um bom preparo anterior”.

Diante disso, nessa pesquisa os dados virão de fontes bibliográficas levantadas de livros e artigos recentes (desde 2020), sendo que a principal palavra-chave para a pesquisa é NFT; além da busca em sites.

2.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população é uma parte fundamental da pesquisa. Gil (2002, p. 98) determina que a população é:

De modo geral, população significa o número total de elementos de uma classe. Isso significa que uma população não se refere exclusivamente a pessoas, mas a qualquer tipo de organismos: pombos, ratos, amebas etc. Pode, ainda, a população referir-se a objetos inanimados, como, por exemplo, lâmpadas, parafusos etc. (GIL, 2002, p. 98).

Neste estudo, foram utilizados dados financeiros provenientes de relatórios de cinco empresas, sendo elas Adidas, Coca-Cola, Havaianas, Nike e *Tiffany & Co.*, que foram selecionadas pois todas estão envolvidas, de alguma forma, com a compra ou venda de NFTs. Para sua realização, foram examinadas notícias de fontes confiáveis, ou seja, os sites oficiais das empresas, que relataram atividades delas no mercado desses criptoativos.

2.3 TRATAMENTO DOS DADOS

Os dados, assim que obtidos, devem ser analisados e interpretados em duas fases diferentes, segundo Lakatos e Marconi (2003, p. 167). A análise é, segundo os autores “a tentativa de evidenciar as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores”, enquanto a fase da interpretação é “a atividade intelectual que procura dar um significado mais amplo às respostas, vinculando-as a outros conhecimentos”.

Os autores continuam: “As relações e correlações entre os dados obtidos constituem o cerne dessa parte do relatório; aqui são oferecidas evidências à verificação das hipóteses” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 231). Para esse artigo foram analisadas as demonstrações financeiras das empresas destacadas, em busca de movimentações de criptoativos (NFTs) em seus dados publicados, em fontes oficiais, mais recentemente (do ano de 2022).

3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os NFTs, como já mostrado anteriormente, são ativos digitais únicos, baseados na tecnologia blockchain, que podem ser utilizados para representar obras de arte, colecionáveis, entre outros objetos digitais. Empresas como Adidas, Coca-Cola, Havaianas, Nike e Tiffany & Co. estão explorando essa tecnologia para criar experiências únicas para seus clientes e também para gerar receita por meio de leilões e vendas de itens exclusivos, como tênis virtuais, vídeos promocionais, coleções de arte digital e diversos outros. Entre as razões pelas quais essas empresas foram escolhidas, estão:

1. Reconhecimento global: essas empresas são líderes em seus respectivos setores e são reconhecidas mundialmente, o que significa que seu uso de NFTs pode ter um grande impacto e chamar a atenção de um público amplo;
2. Variedade de setores: essas empresas pertencem a diferentes setores, como vestuário, calçados, bebidas e jóias, o que ilustra a diversidade de empresas explorando essa tecnologia;

3. Interesse do público: muitos consumidores já são adeptos dessas empresas e podem estar interessados em aprender mais sobre como elas estão usando NFTs, além do claro aumento no consumo alavancado pela fama da marca.

Além disso, existem vários benefícios para as empresas ao usar NFTs. Um deles é a possibilidade de controlar facilmente o uso de seus ativos e rastrear royalties com menos despesas em comparação com o tradicional, pois a compra e a venda é realizada por meio de contratos inteligentes, evitando fraudes, além de poder se beneficiar de seu uso para provar autenticidade. Por exemplo, um cliente pode receber um token ao comprar um produto físico como uma prova extra de que comprou um item autêntico (ELENA, 2022).

Os NFTs também são ferramentas poderosas que as empresas podem usar para criar experiências mais envolventes para os clientes e alcançar um público mais amplo. Segundo a autora Sarah Harris (2022) “NFT holders will support a business they invest in because they have skin in the game. If the company performs well, the value of its NFTs will increase”⁷.

3.1 ADIDAS

A Adidas é uma marca alemã de renome global, conhecida por sua ampla gama de produtos esportivos e estilo de vida. A empresa foi fundada em 1949 em Herzogenaurach, uma pequena cidade na região da Baviera, no sul da Alemanha, pelo irmão Adolf “Adi” Dassler, após uma ruptura na parceria entre ele e seu irmão na empresa anterior de calçados que possuíam juntos. Suas chuteiras de futebol com travas de borracha ajustáveis ficaram tão famosas que em 1952, nos Jogos Olímpicos de Helsinque, a marca foi a mais usada por atletas. A Adidas, presente em mais de cem países, é renomada globalmente na moda e esporte, oferecendo diversificada linha de produtos usada por atletas e entusiastas.

O primeiro anúncio da Adidas no mundo do metaverso foi em setembro de 2022, com uma parceria entre a marca e os NFTs *Bored Ape Yacht Club*, *GMoney* e *PUNKS Comic*. Quem descreve melhor sobre isso é o autor Tom Farren (2022), que continua “[...] foi revelado que a Adidas comprou o Ape #8774 - um macaco de pele azul, óculos com coração e chapéu de pescador e um brinco argola de ouro - em 17 de setembro por 46ETH, um pouco mais de US\$ 150.000 na época”. Já em dezembro do mesmo ano, a marca anuncia a venda da coleção “*Adidas Originals NFT Drop*”, da qual Farren (2022) descreve que “começará através do site oficial da empresa em 17

⁷ Detentores de NFT apoiarão um negócio em que investem porque têm parte no jogo. Se a empresa tiver um bom desempenho, o valor de seus NFTs aumentará. (Tradução livre)

de dezembro a um preço de 0,2 ETH, equivalente a aproximadamente US\$ 810 no momento da redação”. A venda será realizada por meio de parceria com a plataforma *Bitski* e contará com cinco modelos exclusivos de tênis da marca, cada um com sua própria animação em 3D e trilha sonora original. Os NFTs serão vendidos através de um leilão no mercado *OpenSea* e os compradores poderão receber uma cópia física do produto correspondente.

Em abril de 2023, a Adidas entrou em uma nova parceria, lançando roupas para os NFTs *Doodles 2 Character Builder*. Esse lançamento permite que os detentores dos NFTs *Doodles* mudem as roupas e/ou os atributos de um avatar, personalizando-o de acordo com gosto próprio. Junto com isso, o *Doodles* anunciou um pacote de NFTs que incluem roupas digitais do músico Pharrell Williams, o “Pharrell Pack”, que inclui, segundo notícia do site *Decrypt*:

The pack features digital Doodles wearables from Adidas, Humanrace, Billionaire Boys Club (BBC), and Ice Cream. Each pack includes digital wearables, along with a token that can be redeemed for a single exclusive physical piece of apparel. (HAYWARD, 2023)⁸

3.1.1 Análise das Demonstrações Financeiras da Adidas

O relatório analisado para a Adidas foi o Relatório Anual de 2022, disponibilizado no Grupo Adidas tanto para *download* quanto para uma visualização diretamente no site. Apesar de não haver evidências sobre a forma de registro e de mensuração dos NFTs nas Demonstrações Financeiras da companhia, a Adidas faz duas menções diretas aos NFTs em explicações anteriores à exposição das demonstrações. A primeira é feita na página vinte e seis, e explica:

Furthermore, the Executive Board gave us an update on adidas brand topics and current marketing campaigns, key partnerships and the new operating business in the area of metaverse and NFT. (ADIDAS, 2022, p. 26)⁹

A segunda menção aos NFTs consta na página cinquenta e cinco, e nesta é especificado melhor o que foi lançado nesta primeira coleção.

⁸ O pacote apresenta Doodles digitais vestíveis da Adidas, Humanrace, Billionaire Boys Club (BBC) e Ice Cream. Cada pacote inclui wearables digitais, juntamente com um token que pode ser trocado por uma única peça física exclusiva de vestuário. (Tradução livre)

⁹ Além disso, a Diretoria Executiva nos forneceu uma atualização sobre os tópicos da marca adidas e as campanhas de marketing atuais, parcerias-chave e o novo negócio operacional na área do metaverso e NFT. (Tradução livre)

Beyond innovative technologies, sustainable concepts and materials, key products, and collaborations of the 2022 business year include: [...] adidas NFT wearable collection: adidas Originals unveiled a limited collection of blockchain-based virtual wearables, released as non-fungible tokens (NFTs). The collection represented the brand's first NFT collection of wearables, which is a new, interoperable product category adidas calls 'Virtual Gear'. The launch of this 16-piece collection accelerates adidas Originals' drive towards strengthening its community-based, member-first, and open metaverse strategy. Designed to be worn by virtual avatars, and accessible through a Profile Picture (PFP) dressing tool, every piece within the NFT offering is interoperable with other identity-based projects and worlds. This means that the adidas collection is able to respond and adapt to the emerging metaverse environments, so that the 'Virtual Gear' is ready for all dimensions of Web3. (ADIDAS, 2022, p. 55)¹⁰

E em relação à coleção lançada em 2023 ainda não há nenhuma informação disponível, pois não está informado em nenhum dos documentos publicados referentes ao primeiro trimestre deste ano.

3.2 COLA-COLA

A Coca-Cola é uma das marcas mais icônicas do mundo, presente em mais de 200 países e conhecida por suas bebidas refrescantes e saborosas. Fundada em 1886 em Atlanta, nos Estados Unidos, a empresa tem uma história rica e diversificada, que abrange mais de um século de inovação, crescimento e sucesso. Com um portfólio de mais de 500 marcas, a Coca-Cola é líder no mercado de bebidas não alcoólicas e é reconhecida como uma das marcas mais valiosas do mundo.

Em julho de 2021, a Coca-Cola anunciou o lançamento de sua primeira coleção de *tokens* não fungíveis (NFTs), em comemoração ao Dia da Amizade. A coleção, chamada "Amigos em NFT", consiste em quatro peças digitais que representam amizade, diversão, conexão e otimismo.

¹⁰ Além de tecnologias inovadoras, conceitos e materiais sustentáveis, produtos-chave e colaborações do ano comercial de 2022 incluem: [...] coleção vestível adidas NFT: a adidas Originals apresentou uma coleção limitada de vestíveis virtuais baseados em blockchain, lançados como tokens não fungíveis (NFTs). A coleção representou a primeira coleção de vestíveis NFT da marca, que é uma nova categoria de produto interoperável chamada 'Virtual Gear' pela adidas. O lançamento desta coleção de 16 peças acelera a estratégia da adidas Originals em fortalecer sua comunidade, colocando os membros em primeiro lugar e adotando uma abordagem aberta no metaverso. Projetadas para serem usadas por avatares virtuais e acessíveis por meio de uma ferramenta de vestimenta de Imagem de Perfil (PFP), cada peça na oferta NFT é interoperável com outros projetos e mundos baseados em identidade. Isso significa que a coleção adidas é capaz de responder e se adaptar aos ambientes emergentes do metaverso, para que o 'Virtual Gear' esteja pronto para todas as dimensões da Web3. (Tradução livre)

Cada peça poderá ser adquirida através de leilões no site da *OpenSea*, e, segundo Daniela Nascimento (2021), “além dos ativos colecionáveis exclusivos, o ganhador do leilão também terá acesso a “outras surpresas únicas e valiosas”, que serão apresentadas quando a caixa de prêmios for digitalmente aberta”. A proposta dessa coleção da Coca-Cola foi em uma “caixa da amizade” e foram quatro NFTs leiloadas. O ganhador do leilão, além do NFT, também recebeu uma geladeira *vintage*, o retrô SMEG FAB28.

3.2.1 Análise das Demonstrações Financeiras da Coca-Cola

Para a análise das demonstrações financeiras da Coca-Cola, foram utilizados os relatórios anuais *FORM 10-K* de 2021 e 2022 como fontes primárias de informações. No entanto, é importante ressaltar que, apesar de existir uma notícia oficial publicada no site da marca, intitulada “*UPDATED: Coca-Cola to Offer First-Ever NFT Collectibles in International Friendship Day Charity Auction*”, não há evidências sobre a forma de registro e mensuração dos NFTs nos relatórios analisados, não tendo nenhuma menção sobre esses ativos.

3.3 HAVAIANAS (ALPARGATAS)

As Havaianas são uma marca brasileira de calçados que se tornou um ícone de moda e estilo de vida em todo o mundo. Fundada em 1962, com a “Tradi”, a empresa tem uma história rica e diversificada, que se originou nas praias do Brasil e rapidamente se formou pelo mundo, chegando inclusive a fazer parte de premiações como o Oscar. Com um portfólio de produtos que inclui sandálias, chinelos e acessórios, as Havaianas são uma das marcas mais amadas e reconhecidas em todo o mundo.

Em maio de 2021 a marca do grupo Alpargatas lançou sua primeira arte digital, uma de cinco peças que compõem uma coleção de colaboração com Adhemas Batista. Segundo um comunicado feito pela própria Havaianas, os NFTs foram inspirados na felicidade. O *Happy Feet*, uma arte da coleção, foi vendido por 0.28 ETH, cerca de R\$4.680 (FONSECA, 2021).

Em outubro do mesmo ano, a Havaianas voltou para o mercado NFT, criando a coleção *NFT na Web3*, que é composta por personagens originais chamados *Flakkies*, que são criaturas marinhas que totalizam 16 NFTs, contando com *skins* personalizadas para cada um dos quatro personagens (ALBUQUERQUE, 2022).

3.3.1 Análise das Demonstrações Financeiras da Havaianas (Alpargatas)

Os relatórios analisados para a coleta de dados da Havaianas foram quatro, todos disponibilizados na área direcionada para investidores no site oficial da empresa e incluem o *PRESS RELEASE - 4T2021*, as Demonstrações Financeiras Completas de 2021, as Demonstrações Financeiras Padronizadas de 2022 e as Demonstrações Financeiras Completas de 2022.

Apesar de ser uma empresa brasileira sujeita às normas da IR RFB nº 1.888, não há evidências sobre a forma de registro e mensuração dos NFTs nas demonstrações financeiras da companhia. Além disso, também não existe uma menção a esses tipos de investimentos, o que tornou difícil entender qual é o real posicionamento da empresa sobre o assunto.

3.4 NIKE

A Nike foi fundada em 1964 por Bill Bowerman, um treinador de atletismo, e Phil Knight, um corredor universitário, na cidade de Eugene, Oregon, nos Estados Unidos. Inicialmente, a empresa era chamada *Blue Ribbon Sports* e funcionava como um distribuidor de tênis esportivos da marca japonesa Onitsuka Tiger. Em 1971, a empresa lançou seu próprio tênis, o *Nike Cortez*, que se tornou um grande sucesso entre os corredores. A empresa mudou seu nome para *Nike, Inc.* no mesmo ano e passou a investir em inovações tecnológicas em seus produtos, como o sistema de amortecimento Air e o tênis de corrida *Nike Tailwind*.

Na década de 1980, a Nike se tornou uma das principais marcas de calçados esportivos do mundo, com um faturamento anual de mais de um bilhão de dólares. A empresa também se tornou conhecida por suas campanhas publicitárias inovadoras e ousadas, como a campanha *“Just Do It”*, lançada em 1988.

A Nike, por sua vez, segundo Rodrigo Loureiro (2022), deu seus passos no mundo NFT depois de comprar a *RFTKT Studios*, em 2021, uma empresa que cria calçados virtuais. *“Chamada de Nike Dunk Genesis Cryptokicks, a Nike informou que a nova coleção chegou ao mercado com 20 mil itens. Os modelos estão sendo comercializados no marketplace OpenSea”* (LOUREIRO, 2022), com o tênis mais barato sendo por 1,6 ETH.

3.4.1 Análise das Demonstrações Financeiras da Nike

Analisando o relatório intitulado *FORM 10-K*, que é um relatório mais longo e rígido, foi possível encontrar algumas informações sobre o uso de NFT pela empresa. Entretanto, as informações apenas afirmam que, mesmo que tenha sido incluído nas contas financeiras, as movimentações com NFT não são especificadas dentro dos documentos publicados pela Nike, isso para proteger a própria empresa, como é citado:

We take various actions to prevent the unauthorized use and/or disclosure of our confidential information and intellectual property rights. These actions include contractual measures such as entering into non-disclosure and non-compete agreements and agreements relating to our collaborations with third parties and providing confidential information awareness training. [...] In addition, new products we offer, such as NFTs, may raise various novel intellectual property law considerations, including adequacy and scope of assignment, licensing, transfer, copyright and other right-of-use issues. (NIKE, 2022, p. 20)¹¹

Já a segunda menção aos NFTs também pode ser encontrada na mesma página, onde a empresa se defende sobre o julgamento de certas regulamentações.

Moreover, the regulation of certain transactions we engage in, including those involving non-fungible tokens (“NFTs”) and cryptocurrencies, remains in an early stage and subject to significant uncertainty. As a result, we are required to exercise our judgment as to whether or how certain laws or regulations apply, or may in the future apply, and it is possible that legislators, regulators and courts may disagree with our conclusions. (NIKE, 2022, p. 20)¹²

E em relação à aquisição da *RTFKT Studios*, também não foi possível encontrar nenhuma informação dentro do relatório anual disponibilizado no site oficial da empresa. Existe, entretanto, uma notícia oficial sobre essa aquisição, publicada pela própria Nike no dia treze de dezembro de 2021.

¹¹ Tomamos diversas medidas para prevenir o uso e/ou divulgação não autorizados de nossas informações confidenciais e direitos de propriedade intelectual. Essas medidas incluem medidas contratuais, como a celebração de acordos de não divulgação e não competição, acordos relacionados às nossas colaborações com terceiros e a realização de treinamentos de conscientização sobre informações confidenciais. [...] Além disso, novos produtos que oferecemos, como NFTs, podem levantar várias considerações de direito de propriedade intelectual, incluindo adequação e escopo de atribuição, licenciamento, transferência, direitos autorais e outras questões de direito de uso. (Tradução livre)

¹² Além disso, a adoção de novas leis ou regulamentos, ou mudanças na interpretação das leis ou regulamentos existentes, pode resultar em riscos legais e de reputação significativos e não previstos. Além disso, a regulamentação de certas transações em que nos envolvemos, incluindo aquelas envolvendo tokens não fungíveis («NFTs») e criptomoedas, ainda está em estágio inicial e sujeita a incertezas significativas. Como resultado, somos obrigados a exercer nosso julgamento quanto a se e como certas leis ou regulamentos se aplicam, ou podem se aplicar no futuro, e é possível que legisladores, reguladores e tribunais discordem de nossas conclusões. (Tradução livre)

A partir das citações analisadas, é possível dizer que a Nike não faz menção ao uso de NFTs em nenhum trecho de seu balanço patrimonial, apesar de afirmar possuir conhecimento sobre o assunto. No entanto, é importante ressaltar que, mesmo que a Nike não mencione o uso de NFTs em seu balanço patrimonial, isso não significa necessariamente que a empresa não esteja fazendo uso dessa tecnologia em seus negócios, já que a empresa já lançou sua própria coleção.

3.5 TIFFANY & CO. (LVMH)

A *Tiffany & Co.* é uma empresa americana de jóias e acessórios de luxo fundada em 1837 pelo joalheiro Charles Lewis Tiffany em Nova York. Com uma história de mais de 180 anos, a *Tiffany & Co.* tornou-se uma marca icônica de luxo, conhecida por suas criações de jóias deslumbrantes e elegantes que são cobiçadas por muitas pessoas em todo o mundo. A empresa é famosa por sua atenção aos detalhes e qualidade excepcional em todas as suas peças, bem como por sua icônica caixa azul turquesa que se tornou um símbolo reconhecido e muito desejado. A LVMH (sigla para *Louis Vuitton Moët Hennessy*) completou a aquisição da *Tiffany & Co.* em janeiro de 2021, após um acordo entre as duas empresas, sendo que a LVMH ofereceu US\$16,2 bilhões para comprar a empresa, em uma das maiores transações da indústria de luxo.

A empresa *Tiffany & Co.* iniciou sua primeira coleção em agosto de 2022, chamada de “NFTiff”. Segundo Cavalcanti (2022), “a coleção foi realizada em parceria com o *blockchain Chain*, e o passe NFTiff de edição limitada é projetado exclusivamente para detentores de *CryptoPunks*”. Além disso, quem obtiver os NFTiff pode receber um pingente físico personalizado, com pelo menos 30 pedras preciosas e/ou diamantes. O uso de NFTs está se expandindo para além dos meios digitais e demonstra novas possibilidades em áreas aparentemente distintas, como a indústria de jóias.

3.5.1 Análise das Demonstrações Financeiras da *Tiffany & Co.*

Para a análise das demonstrações da *Tiffany & Co.*, foi imprescindível examinar documentos pertencentes ao seu conglomerado, a LVMH, uma vez que a empresa foi adquirida pela LVMH em 2021. Para acessar esses documentos, foi realizada uma navegação no site oficial da *Tiffany & Co.* em diversos idiomas, tendo sido selecionado o relatório financeiro denominado *Financial Documents* de 2022.

Ao analisar os documentos, entretanto, não há evidências específicas sobre os NFTs. A única menção encontrada foi na página quinze do documento, na parte focada em relógios e jóias, onde diz:

The Maison unveiled several bold innovations and collaborations, including the creation of NFTiffs x CryptoPunks pendants and the limited-edition Daniel Arsham x Lock, an end-of-year campaign recalling a historic partnership with Andy Warhol. (LVMH, 2022, p. 15)¹³

Ao continuar a análise do documento, entretanto, não foi possível encontrar algo específico sobre os NFTs dentro das demonstrações financeiras disponibilizadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a contextualização dos conceitos dos criptoativos e NFTs, este artigo procurou relacionar as regras contábeis e como podem ser utilizadas para mensurar os criptoativos (NFTs) dentro das empresas estudadas.

Os NFTs, ou *tokens* não fungíveis, são, por definição, artigos digitais únicos, estão ganhando cada vez mais popularidade e exposição na mídia, especialmente por causa do crescimento do metaverso, um espaço virtual compartilhado online. Grandes empresas estão entrando nesse mercado através de parcerias para criar e vender seus próprios NFTs. Além disso, na maioria dos casos, esses NFTs também oferecem ao proprietário uma versão física do item, ou seja, além de possuir um ativo digital exclusivo, o proprietário também pode ter um item tangível para exibir ou usar, como as jóias da Tiffany.

Relatando as empresas que possuem ligações com os NFTs que foram analisadas neste artigo (Adidas, Coca-Cola, Havaianas, Nike e Tiffany), entretanto, não possuem nenhuma informação publicada oficialmente em seus nenhum dos relatórios, sendo que as empresas Coca-Cola e Havaianas não fazem nenhuma menção direta, como as outras três. Comparando essas últimas empresas, tanto a Adidas quanto a Nike falam mais abertamente sobre suas posições referentes aos NFTs, enquanto a Tiffany dá uma breve passagem sobre os investimentos realizados.

Além disso, a falta de informações nesses documentos também pode ser devido a própria natureza dos NFTs, que são criados do zero e não necessariamente precisam de um grande investimento, como os bens imobilizados, por exemplo. Isso torna a

¹³ A empresa revelou várias inovações e parcerias audaciosas, incluindo a criação de pingentes NFTiffs x CryptoPunks e a coleção exclusiva Daniel Arsham x Lock, uma campanha de fim de ano que relembra uma parceria histórica com Andy Warhol. (Tradução livre)

relação das regras contábeis com a mensuração abstratas, por mais que, por norma geral, eles possam ser considerados como intangíveis. Além disso, a maior parte dos casos de venda de NFTs são relatados como parcerias entre as empresas, artistas e as plataformas de venda especializada, como a *OpenSea*, que vendeu os criptoativos da Adidas, Coca-Cola e da Nike, o que tornou a procura de dados mais complicada. A dificuldade em definir seu valor, além disso, depende da vontade dos compradores e do desejo de terem aqueles ativos, pois pode ser difícil para a empresa estipular um valor monetário exato para a venda de sua arte.

Em conclusão, é evidente que as empresas selecionadas estão tendo dificuldades em incluir os NFTs nas suas demonstrações financeiras. O artigo demonstrou essa questão e permitiu um ponto de vista atualizado sobre a possibilidade da inclusão dessas atividades nos custos relacionados ao Marketing, já que não aparecem evidências de sua mensuração nos ativos das empresas. Essa estratégia realça a importância de reconhecer o potencial dos criptoativos como ferramentas de promoção e publicidade, bem como a necessidade de criar padrões para a contabilização adequada dos NFTs. É crucial que haja uma compreensão maior e um foco regulatório nesse campo para manter a transparência e a consistência nas demonstrações financeiras, à medida que a tecnologia se desenvolve e as empresas exploram novas fontes de receita, e assim completamente entender os parâmetros aceitáveis para a mensuração desses criptoativos.

REFERÊNCIAS

- ADIDAS. **Annual Report**. 2022. Disponível em: https://report.adidas-group.com/2022/en/_assets/downloads/annual-report-adidas-ar22.pdf. Acesso em: 17 maio 2023.
- ADIDAS. **Financial publications**. Disponível em: <https://www.adidas-group.com/en/investors/financial-reports/>. Acesso em: 17 maio 2023.
- ALBUQUERQUE, K. Havaianas retorna ao mundo dos NFTs com coleção exclusiva. **Tecmundo**, 18 out. 2022. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/252930-havaianas-retorna-mundo-nfts-colecao-exclusiva.htm>. Acesso em: 05 mar. 2023.
- ALPARGATAS. **Divulgação de resultados**. Disponível em: <https://ri.alpargatas.com.br/listresultados.aspx?idCanal=wiumvO4IPwrRa7r34jMclw==&linguagem=pt>. Acesso em: 09 maio 2023.
- BALDISSERA, O. Criptoativos: tudo o que você precisa saber para trabalhar com os ativos virtuais. **PUCPR**, 22 nov. 2021. Disponível em: <https://posdigital.pucpr.br/blog/criptoativos#conceito>. Acesso em: 12 out. 2022.
- BRASIL. Receita Federal do Brasil. Instrução Normativa RFB n. 1.888, de 03 de maio de 2019. Institui e disciplina a obrigatoriedade de prestação de informações relativas às operações realizadas com criptoativos à Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil (RFB). **Diário Oficial da União**, Brasília, 2019. Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=100592>. Acesso em: 10 nov. 2022.
- CAVALCANTI, L. R. Tiffany & Co. anuncia “NFTiff”: coleção de NFTs e pingentes físicos baseados em Cryptopunks. **Crypto Times**, 01 ago. 2022. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/tiffany-colecao-de-nfts-e-pingentes-fisicos-baseados-em-cryptopunks/>. Acesso em: 05 mar. 2023.
- COMITE DOS PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS — CPC. Procunciamiento CPC 00 (R2) – Estrutura Conceitual para Relatório Financeiro. Disponível em: https://s3.sa-east-1.amazonaws.com/static.cpc.aatb.com.br/Documentos/147_CPC00_R1.pdf. Acesso em: 20 set. 2023.
- CREPALDI, S. A.; CREPALDI, G. S. **Contabilidade de custos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2023.
- DIAS, K. **Adidas**. 30 nov. 2017. Disponível em: <https://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/06/adidas-impossible-is-nothing.html>. Acesso em: 26 fev. 2023.
- ELENA. Does your business need NFTs? Use cases, benefits, and nuances to consider. **Apriorit**, 02 jun. 2022. Disponível em: <https://www.apriorit.com/dev-blog/770-blockchain-nft-for-businesses>. Acesso em: 13 mar. 2023.
- FAROS, F. R. Criptoativos regulamentados no Brasil. **Contábeis**, 10 set. 2020. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/artigos/6266/criptoativos-regulamentados-no-brasil/>. Acesso em: 03 nov. 2022.
- FARREN, T. Adidas Originals lançará coleção de estreia de NFT. **Cointelegraph Brasil**, 16 dez. 2022. Disponível em: <https://cointelegraph.com.br/news/adidas-originals-to-launch-debut-nft-collection>. Acesso em: 05 mar. 2023.
- FONSECA, M. Havaianas vende seu primeiro NFT; saiba como esse investimento funciona. **InfoMoney**, 19 maio 2021. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/havaianas-vende-seu-primeiro-nft-saiba-como-esse-investimento-funciona/>. Acesso em: 05 mar. 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HARRIS, S. The benefits of using NFTs in digital marketing. **Galactic Fed**, 12 out. 2022. Disponível em: <https://www.galacticfed.com/blog/the-benefits-of-using-nfts-in-digital-marketing>. Acesso em: 13 mar. 2023.

HAVAIANAS. **Havaianas**: espalhando o espírito brasileiro desde 1962. Disponível em: <https://havaianas.com.br/historia-da-marca.html>. Acesso em: 26 fev. 2023.

HAYWARD, A. Adidas and Pharrell release digital clothing for doodles NFT holders. **Decrypt**, 28 abr. 2023. Disponível em: <https://decrypt.co/138290/adidas-pharrell-release-digital-clothing-doodles-nft-holders>. Acesso em: 17 maio 2023.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LOUREIRO, R. Com NFT de quase R\$ 3 milhões, Nike dá seus primeiros passos no metaverso. **Neofeed**, 28 abr. 2022. Disponível em: <https://neofeed.com.br/inovacao/com-nft-de-quase-r-3-milhoes-nike-da-seus-primeiros-passos-no-metaverso/>. Acesso em: 05 mar. 2023.

LVMH. **2022 full year results**. 26 jan. 2023. Disponível em: <https://www.lvmh.com/shareholders/agenda/2022-full-year-results/>. Acesso em: 21 mar. 2023.

LVMH. **Translation of the French financial documents**. 2022. Disponível em: https://r.lvmh-static.com/uploads/2023/01/lvmh_document-financier-2022_uk-final.pdf. Acesso em: 21 mar. 2023.

LVMH. **LVMH completes the acquisition of Tiffany & Co**. 07 jan. 2021. Disponível em: <https://www.lvmh.com/news-documents/press-releases/lvmh-completes-the-acquisition-of-tiffany-and-co/>. Acesso em: 21 mar. 2023.

MARGARIDO, H.; OLIVEIRA, P. R. NFTs: como tudo começou. **EuQueroInvestir**, 05 ago. 2022. Disponível em: <https://euqueroinvestir.com/origem-do-nft>. Acesso em: 27 out. 2022.

MARION, J. C. **Contabilidade básica**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

MASIERO, G. **Administração de empresas**: teoria e funções com exercícios e casos. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012.

NASCIMENTO, D. P. Coca-Cola anuncia sua primeira coleção de NFTs em comemoração ao Dia da Amizade. **Crypto Times**, 28 jul. 2021. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/coca-cola-anuncia-sua-primeira-colecao-de-nfts-em-comemoracao-ao-dia-da-amizade/>. Acesso em: 05 mar. 2023.

NIFA, T. O que define o valor das criptomoedas e como ver a cotação? **iDinheiro**, 29 nov. 2022. Disponível em: <https://www.idinheiro.com.br/investimentos/criptomoedas/valor-das-criptomoedas/>. Acesso em: 08 dez. 2022.

NIKE. **2021 annual report and notice of annual meeting**. Disponível em: [https://s1.q4cdn.com/806093406/files/doc_financials/2021/ar/386273\(1\)_20_Nike-Inc_Combio_WR.pdf](https://s1.q4cdn.com/806093406/files/doc_financials/2021/ar/386273(1)_20_Nike-Inc_Combio_WR.pdf). Acesso em: 02 maio 2023.

NIKE. **Form 10-K 2021**. 2021a. Disponível em: https://s1.q4cdn.com/806093406/files/doc_downloads/2021/08/Nike10k2021.pdf. Acesso em: 02 maio 2023.

NIKE. **Form 10-K 2022**. 2022. Disponível em: [https://s1.q4cdn.com/806093406/files/doc_downloads/2022/399556\(1\)_27_Nike-Inc._NPS_Combos_Form-10-K_WR.pdf](https://s1.q4cdn.com/806093406/files/doc_downloads/2022/399556(1)_27_Nike-Inc._NPS_Combos_Form-10-K_WR.pdf). Acesso em: 02 maio 2023.

NIKE. **Nike acquire RTFKT**. 13 dez. 2021b. Disponível em:

<https://about.nike.com/en/newsroom/releases/nike-acquires-rtfkt>. Acesso em: 02 maio 2023.

THE COCA-COLA COMPANY. **Our company**. Disponível em: <https://www.coca-colacompany.com/company>. Acesso em: 26 fev. 2023.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

REIS, T. Blockchain: saiba como funciona a tecnologia das criptomoedas. **Suno**, 09 set. 2021. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/blockchain/>. Acesso em: 12 out. 2022.

RIBEIRO, O. M. **Contabilidade de custos**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

THE COCA-COLA COMPANY. **Updated**: Coca-Cola to offer first-ever NFT collectibles in international friendship day charity auction. 28 jul. 2021. Disponível em: <https://www.coca-colacompany.com/news/coca-cola-to-offer-first-ever-nft-collectibles>. Acesso em: 23 maio 2023.

THE COCA-COLA COMPANY. **Form 10-K**. 2021. Disponível em: <https://investors.coca-colacompany.com/filings-reports/all-sec-filings/content/0000021344-22-000009/0000021344-22-000009.pdf>. Acesso em: 25 maio 2023.

THE COCA-COLA COMPANY. **Form 10-K**. 2022. Disponível em: <https://investors.coca-colacompany.com/filings-reports/all-sec-filings/content/0000021344-23-000011/0000021344-23-000011.pdf>. Acesso em: 25 maio 2023.

TORRES, V. Bitcoins e criptomoedas: saiba tudo sobre a contabilidade desses ativos. **Contabilizei blog**, 11 out. 2022. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/bitcoin-e-criptomoedas/#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20CVM,como%20investimentos%20de%20pessoas%20jur%C3%ADdicas>. Acesso em: 03 nov. 2022.

SOUZA, I. Conheça as 10 marcas que mais faturam com a venda de NFTs. 30 ago. 2022. Disponível em: <https://www.inset.com.br/techgames/conheca-as-10-marcas-que-mais-faturam-com-a-venda-de-nfts>. Acesso em: 26 fev. 2023.

TORQUATO, G. Tiffany & Co: conheça a história por trás do azul inigualável da marca. **Versatile**, 26 nov. 2020. Disponível em: <https://versatile.com/tiffany-co-conheca-a-historia-por-tras-do-azul-inigualavel-da-marca/>. Acesso em: 26 fev. 2023.

VASCONCELOS, A. Nike: a história da marca mais famosa do mundo. **Administradores**, 08 mar. 2008. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/nikea-historia-da-marca-mais-famosa-do-mundo>. Acesso em: 26 fev. 2023.

ZHANG, Z. J. Cryptopricing: whence comes the value for cryptocurrencies and NFTs? **International Journal of Research in Marketing**, v. 40, n. 1, p. 22-29, mar. 2023. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167811622000647#!>. Acesso em: 16 nov. 2022.