

weplace

olhar

diana
jank

#03

diretora de marketing
da Letti A² | Agrindus S/A



**// Nossa atenção está
em mostrar que cada
um é fundamental nessa
engrenagem. Não só
aos olhos de quem está
dentro, mas também
para quem está fora
da fazenda //**

DIANA JANK

nasceu e passou toda sua vida em uma fazenda de pecuária de leite. Formada em Publicidade, é diretora de Marketing na Letti A². Conectar o campo com o consumidor final, por meio de uma produção de alimentos com propósito e de histórias verdadeiras, faz parte do que ela acredita. Foi eleita pela revista Forbes uma das 100 mulheres mais influentes do agro, em 2021, uma das principais empreendedoras com menos de 30 anos, na edição Forbes Under 30, de 2023, e uma das mulheres da geração Z que está mudando o agro, em 2025, também pela Forbes. Além disso, é 2025 Scholar da Nuffield, um programa de bolsas de estudo internacional, que promove mudanças positivas na agricultura por meio do desenvolvimento de seus futuros líderes.

Como foi assumir uma posição na empresa em um segmento tão tradicional, como é o agronegócio?

A fazenda foi fundada em 1945.

Faço parte da quarta geração.

Nasci e morei aqui a minha vida inteira.

Eu e minhas irmãs. Nosso divertimento, nosso entretenimento, era relacionado ao dia a dia da fazenda. Naturalmente, fui compreendendo a operação.

Meu pai e meus tios também nasceram e cresceram aqui. Meu pai fez agronomia e conheceu minha mãe na faculdade.

Sou neta, sobrinha e filha de agrônomos.

Por isso, em casa tinha uma regra:

eu e minhas irmãs poderíamos escolher

qualquer profissão, menos ciências

agrárias. Minha mãe sempre ponderou

sobre uma eventual venda da fazenda,

sobre mudanças no negócio. Eles tinham

receio de uma quebra de expectativa

e essa era a forma de nos blindar.

Isso nunca foi um problema porque

eu sempre gostei de outras áreas.

Gostava muito de moda e fui para

São Paulo cursar Publicidade.

Estava certa de que trabalharia com isso.

Tanto que fiz estágio em uma plataforma

de e-commerce de moda de luxo e,

depois, acabei sendo efetivada.

Só que, em 2018, meu tio fez o convite para que eu integrasse a empresa.

Minha irmã mais velha, a Taís, já estava aqui há três anos.

Ele queria fazer uma grande mudança no posicionamento da

marca, uma virada de mesa. A ideia era

fazer um e-commerce para a marca

de leite, fazer a venda na casa das pessoas, alinhada ao que o novo mundo pedia.

E qual foi a leitura da cultura existente?

Sempre existiu esse senso de comunidade muito forte. Cerca de 220 colaboradores trabalham e, parte deles, mora na fazenda com a família, são 300 pessoas.

Creio que eu e minha irmã ajudamos a reforçar a ideia de que todo mundo faz parte dessa engrenagem. Sem o tratorista, que faz colheita de milho, a vaca não tem alimento e não produzirá leite de qualidade.

Nossa atenção está em mostrar que cada um é fundamental nessa engrenagem.

Não só aos olhos de quem está dentro, mas também para quem está fora da fazenda. E esse reconhecimento ajuda a fortalecer valores em que a gente acredita.

Uma outra coisa que percebemos foi que as marcas de leite se posicionavam de uma forma super sem graça, sempre falando da mesma coisa, associando o leite à saudabilidade, usando fotos de banco

de imagem, Photoshop e tal. A gente veio com uma abordagem completamente diferente que era trazer um conceito de extrema transparência. Eu chamo de transparência radical, que é mostrar, verdadeiramente, o que acontece dentro da porteira. **E mostrar o que acontece dentro da porteira não é só mostrar o gado, o alimento do gado e os bastidores da produção. É mostrar as pessoas que estão por trás.** Ao fazermos isso, sentimos que o engajamento cresceu. Nas redes sociais, a gente vê muitos comentários do nosso próprio pessoal, mas também dos parentes mencionando o orgulho que sentem.

Geralmente, mudanças de gerações causam alguns transtornos, alguns pontos de reflexão, não é? Houve algum desafio maior nessa sua chegada?

Estou próxima de muitas mulheres do agro, de diferentes setores, e ouço histórias muito absurdas. Cada uma delas me faz perceber que somos muito atípicas. Sou mesmo privilegiada nesse sentido. O meu avô foi muito generoso na passagem da gestão para o meu pai e o meu tio. Deu autonomia para eles, nunca foi centralizador, estava à frente do seu tempo. Ele já tinha uma veia de inovação e um olhar muito moderno.

E isso, ele conseguiu transmitir para o meu pai e para o meu tio. Sempre senti muita abertura, muita autonomia.

A gente vive um momento interessante que é o convívio de três gerações na gestão, cada um no seu departamento. Há muita confiança que cada um está fazendo o que sabe fazer de melhor. Quando ouço histórias sobre pais machistas, centralizadores e tal, um dos piores pontos, para mim, é o estímulo.

Quem se sente estimulada a trabalhar, a mudar, a mergulhar profundamente, fazer uma transformação, quando é cortada o tempo inteiro? O maior embate e a maior pressão vem de mim mesma. Meu pensamento está sempre em o que faremos daqui para frente. Como eu agrego mais valor? Como eu dou continuidade a esse legado?

Eu acho que também tive um outro privilégio: sou a segunda filha. Minha irmã abriu mais portas do que eu. Já vim com um projeto direcionado na minha área de estudo. Meus pais ficaram super com medo da Taís ir trabalhar na fazenda, no primeiro momento. Ficaram receosos. Quem falou: “– Não, vamos trazer ela para trabalhar aqui”, foi o meu tio. Ele teve esse papel importantíssimo.

Como é que se consegue promover esse engajamento e autonomia em 220 colaboradores? Como é a comunicação?

Acabamos de produzir um filme para os 80 anos da empresa e foi muito lindo assistir o depoimento das pessoas. O fato de que todo mundo é reconhecido pelo nome, todo mundo se conhece. O que eu e a Taís procuramos fazer é que a gestão seja muito aberta, muito direta, muito acessível. Devemos estar lá para poder conversar na hora em que qualquer pessoa precise.

A gente preza demais pela transparência. E outra coisa fundamental: não tem esse negócio de ter uma reação intolerante; não existe grito, nem nada desse tipo. Fico muito incrédula quando vejo isso ocorrer em outros lugares. Vivenciei experiências assim no período que trabalhei com moda. Foi um grande ensinamento de como não gerir pessoas.

Não tem problema errar e isso precisa ser comunicado. Precisa ser falado para resolvemos os problemas como um time. Acredito que um bom gestor deve estar preparado para dar o melhor direcionamento, para criar condições em que as pessoas estejam seguras e felizes no seu dia a dia.

E não basta olhar apenas para o colaborador, é preciso olhar para a família, se ela também está bem.

Com a família estável, o colaborador pode dar o seu melhor e ter tranquilidade para desempenhar o seu papel.

Na época do meu avô, quando meu pai e meu tio estavam crescendo, tinha bailes na fazenda, tinha cinema, tinha jogo de futebol organizado. Eles traziam o entretenimento para aqueles que viviam, praticamente, a vida toda no campo. Hoje, é uma outra realidade, todo mundo tem carro, todo mundo tem internet, todo mundo quer ir até a cidade. Então, como que você preserva esse senso de bem-estar no dia a dia? Preservando esse senso de comunidade, da boa relação com o seu vizinho, de você poder cultivar esses laços.

Em 2019, recebemos um prêmio social da Fundación Mapfre, na Espanha. Uma pessoa da Mapfre, aqui no Brasil, entrou em contato com a gente e falou: “– Olha, eu acho que vocês têm tudo para ganhar esse prêmio. Vocês deveriam participar”. Minha irmã é advogada. Leu tudo o que era necessário para concorrer ao prêmio. Precisava ser uma iniciativa inovadora, que ajudasse a causar um impacto positivo no mundo. E nós tínhamos, naturalmente, esse lado

do bem-estar animal e da sustentabilidade em todos os âmbitos: ambiental, financeira e social. **Ganhamos como a melhor iniciativa do setor agropecuário no mundo. Meu pai recebeu o prêmio das mãos da Rainha Sofia.** Foi muito legal esse reconhecimento e reforçou que a gente estava no caminho certo.

Parte do dinheiro do prêmio foi usado para criarmos a Fundação Agrindus, que é um fundo 100% voltado para o bem-estar da comunidade.

Construímos quadra de areia para jogar futebol, construímos um parquinho, mudamos toda uma área para fazer o plantio de árvores frutíferas.

Já são mais de 40 árvores plantadas. Fundamos uma horta comunitária e todos podem colher o que precisam.

O excedente é vendido na lojinha da fazenda ou para ser usado no refeitório. O dinheiro resultante vai todo para os voluntários da horta. A única regra para gastar esse dinheiro é que seja em benefício da comunidade.

E por falar em prêmio, vocês acabaram de receber um da Food Business Review, certo?

Sim, também foi muito bacana. Nós fomos a única marca do Brasil reconhecida numa

análise de produtos da América Latina.

Somos os únicos, no país, a produzir leite e derivados que tem uma linha completa 100% produzida na fazenda, com leite A2, e oito certificações.

Nunca foi um objetivo estarmos em todos os pontos de venda do Brasil, mas queremos aumentar a nossa participação em mercados que acreditamos serem nossos consumidores.

Por tudo isso que vocês alcançaram, como você enxerga os próximos três a cinco anos, olhando para a cultura, para a governança e para as pessoas?

Na parte prática, buscamos uma formalização maior da nossa governança. A empresa passou por duas reestruturações societárias nesses 81 anos, uma na geração do meu avô e outra na geração do meu pai e do meu tio. As coisas chegaram para nós de uma forma muito mais organizada e alinhada. Estamos também no processo de criação de uma holding e o fato de ser uma S.A., desde o momento da fundação, ajuda demais a estruturação da empresa.

Do lado emocional, mais no âmbito dos sonhos, eu tenho pensado muito como podemos agregar mais valor ao ativo terra.

Não faltam ideias sobre como atrelar mais nosso projeto à educação e visitação. Quando eu comecei, era bem ciumenta com a marca e sofri muito com os concorrentes copiando a gente. Copiaram a embalagem, o discurso, a narrativa, tudo.

Mas, hoje, olho para o negócio de uma forma mais ampla, madura e consolidada. Na minha área, eu encontro muito propósito nessa conexão entre o campo e a cidade.

Eu acho que ainda temos muito espaço para poder contar nossas histórias.

Quando eu falo sobre contar as nossas histórias, não é para contar a história da minha família. E também não só a história do leite. É muito mais que isso. É contar sobre os animais, sobre a terra, sobre as pessoas que vivem aqui. Compartilhar com quem vive em centros urbanos e não conhece a realidade do campo.

Quão importante é você estar sempre presente e morar na fazenda, no sentido de manter esse sentimento de comunidade?

Faz toda a diferença. Pra mim, fica cada vez mais claro que quem trabalha no agro, especialmente proprietários de fazenda, precisam adotar esse estilo de vida, tem que gostar da vida no campo.

Não é só uma fonte de dinheiro.

Tem que estar alinhado com o propósito ou então não se sustenta. Os valores têm que estar nas ações do dia a dia.

Pensando nisso, a gente também se tornou a primeira empresa do agro a ter um canal de ouvidoria. Ele foi pensado para deixar o ambiente de trabalho mais seguro, a priori, pensando muito nas

mulheres. Mas no final do dia, ele é sobre

mais transparência e mais equidade,

para tornar o ambiente de trabalho mais

leve e seguro. Qualquer pessoa tem acesso

à plataforma e pode fazer comentários,

de forma anônima ou pessoal.

Sou muito chamada pra participar de entrevistas que falam sobre as mulheres

no agronegócio e já teve situações

da própria entrevistadora questionar

o feminismo. Sou 100% feminista.

Ser feminista é batalhar pelos direitos

das mulheres. E é preciso trazer os homens

para esta questão, especialmente

quem está em posição de liderança.

Tolerância zero com comportamentos

que a gente não acredita ●

weplace olhar

é uma publicação da Weplace,
uma consultoria estratégica de
capital humano que desafia empresas
a evoluírem seus times e negócios.

Para uso de qualquer parte desta
entrevista é necessária autorização
documentada da Weplace. Venda proibida

Para falar conosco e fazer sugestões,
envie e-mail para olhar@weplace.com.br
ou ligue 11 3030 7030

weplace



weplaceconsultoria



weplace.com.br



Avenida Pedroso de Morais, 1553, conj. 82,
05419 001, Alto de Pinheiros, São Paulo, SP