

economia

Fábrica de estruturas metálicas fará aporte de R\$ 15 milhões em Rio Grande

Mudança da LW Soluções Metálicas para nova planta deve ocorrer em 2027, com operações em 2028

/ INDÚSTRIA

Ana Stobbe

ana.stobbe@jcrs.com.br

A LW Soluções Metálicas investe em uma nova planta industrial em uma área de 20 mil metros quadrados no Distrito Industrial de Rio Grande. Fruto de um aporte de R\$ 15 milhões, em recursos próprios, a fábrica deverá triplicar a atual capacidade produtiva, que é de 100 toneladas de estrutura por mês. Além disso, o valor deverá ser utilizado para ampliação da automação dos processos.

“Atualmente, conseguimos ser competitivos. Fabricamos estruturas para Pará, Mato Grosso, São Paulo e Espírito Santo. Se conseguirmos automatizar toda a linha, que é o que está no projeto, e aumentar a capacidade produtiva sem necessariamente na mesma proporção aumentar os custos, vamos ficar mais competitivos ainda com o resto do Brasil”, explica o fundador e diretor-presidente da companhia, Luiz Weber.

A expectativa é de que as obras possam iniciar assim que a licença ambiental estiver liberada. Com as autorizações em mãos, a perspectiva é de que tanto o prédio industrial quanto o administrativo estejam prontos até o final de 2027. O início das operações está previsto para março de 2028.

Há, ainda, projeção de expansão. A produção prevista de 300 toneladas de estruturas metálicas por mês deve ser alcançada até 2030. Já



Diretor-presidente da empresa, Luiz Weber projeta que a capacidade produtiva seja triplicada

em 2035, a depender das demandas do mercado, é possível que cresça ainda mais, chegando a 700 toneladas por mês. Entre os clientes atendidos estão companhias como Petrobras, Transpetro, Yara, Mosaic e Bunge.

Hoje, a empresa possui cerca de 500 funcionários, com a estimativa de chegar a 700 em 2027.

Trabalhando no setor industrial, são cerca de 100 pessoas. Com a nova fábrica, o número de trabalhadores fabris deverá crescer, orbitando em torno de 120 a 130.

A LW está em expansão em diversos âmbitos. Conforme Weber, o crescimento atualmente é de mais de 100% ao ano – e a previsão é de chegar a mais de R\$ 600 milhões em contratos até 2029. Apesar de

ter atuação nacional, a escolha da LW por Rio Grande para receber a nova planta fabril tem em seu cerne os novos investimentos anunciados para a Região Sul do Estado.

Entre os segmentos considerados estratégicos pela empresa estão a expansão da infraestrutura portuária, novos projetos ligados à cadeia de fertilizantes, a retomada da indústria naval brasileira e investimentos associados à transição energética, incluindo iniciativas voltadas ao hidrogênio de baixo carbono.

Em 2025, por exemplo, o crescimento da empresa foi de 110% em relação a 2024, o que representou faturamento operacional de R\$ 76 milhões. Do valor, 76% das operações foram para o setor de fertilizantes.

Entretanto, há, ainda, uma razão emocional para investir na cidade. “Vim para cá com três anos de idade e sou filho de riograndinos. Por ser daqui, ainda com todas as adversidades, acredito na nossa cidade. Tem mão de obra boa, um histórico muito bom e uma indústria muito grande”, acrescenta Weber.

A construção da nova planta fabril deverá contratar mão de obra local. “Vamos contratar pessoas e terceirizar o mínimo possível. A maioria das nossas obras fora de Rio Grande também são com riograndinos. Nossa prioridade sempre é tentar contratar o máximo de moradores daqui para fomentar realmente a economia local”, explica o empresário.

Projeto com Senai formará mão de obra

Conforme Luiz Weber, a LW já tem jovens aprendizes com formação vinculada à escola do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), no Centro de Rio Grande. Mas, agora, uma parceria entre as instituições deverá unir a teoria e a prática em uma área dentro da nova planta industrial.

“Hoje, o jovem aprendiz vai para o Senai, mas, na parte teórica. Ele não tem vivência prática. Nossa proposta com eles é formar jovens na parte prática e na teórica dentro de casa. E também que isso seja um incentivo para os filhos dos funcionários. Queremos que eles tragam os filhos para trabalharem na mesma empresa que eles e para formarmos esses profissionais aqui dentro, seja com cursos técnicos ou entregando bolsas de estudo em universidades”, explica Weber.

No âmbito do ensino superior, o executivo informa que haverá estrutura na fábrica para quem optar por recursos na modalidade de ensino a distância (EaD). “Vamos disponibilizar um espaço com computador, com todo o conforto para que eles possam fazer esses estudos dentro da empresa ou por conta própria fora do expediente. E a gente subsidia parte desse custo da universidade particular”, acrescenta o fundador da LW.

Sebrae-RS prepara a 36ª edição da Mercopar

Jamil Aiquel

jamil@jcrs.com.br

Organizada pelo Sebrae-RS e pela Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs), a Mercopar, feira de negócios com foco em inovação industrial, chega à sua 36ª edição neste ano. O evento, que busca reunir empresas fornecedoras do setor, com o objetivo de ser um ambiente pujante para geração de negócios, inovação e desenvolvimento da indústria, ocorrerá entre os dias de 20 a 23 de outubro, no Centro de Feiras e Eventos da Festa da Uva, em Caxias do Sul.

Em visita ao Jornal do Comércio na semana passada, Ciro Vives, novo gerente de Marketing do Sebrae, Milene Corrêa Alves, analista de marca da entidade, e Caroline Campos, analista de marketing, divulgaram a organização do evento e falaram das expectativas. Segundo eles, um dos principais focos estratégicos para esta edição é a nacionalização e a futura internacionalização do evento.

Segundo o executivo, a feira possui um perfil eminentemente gaúcho, concentrando cerca de 93% dos seus expositores no próprio Estado.

“Um dos desafios que a gente tem esse ano para a Mercopar é aumentar o público de fora para a feira. A gente tem uma participação muito pequena de público externo ao Estado”, explicou Vives.

Para mudar esse cenário, a organização estabeleceu metas claras de atração de visitantes de outras regiões. Segundo o executivo, o objetivo do Sebrae é que 10% do público seja composto por pessoas de fora do Rio Grande do Sul.

“Temos 40 mil visitantes, se chegarmos a uns 4 mil, estamos indo bem. Nós já estamos com quase 2 mil (de fora do Estado) confirmados”, projetou o gerente.



Equipe do Sebrae diz que um dos desafios é ampliar público de fora do RS