

## Cruise360 2026 Brasil reúne mais de 700 agentes de viagens em dois dias de imersão na indústria de cruzeiros



Divulgação CLIA no Brasil. **Imagens para download [aqui](#)**

O Cruise360 Brasil 2026 reuniu mais de 700 agentes de viagens em Santos, nos dias 14 e 15 de março, para uma imersão em capacitação, networking e troca de experiências com líderes e marcas que fazem a indústria de cruzeiros acontecer no Brasil e no mundo.

Desde as primeiras horas do evento, os corredores e salas de treinamento do Santos Convention Center permaneceram intensamente movimentados. Entre sessões de conteúdo, encontros e conversas estratégicas, agentes de viagens circularam pelo espaço de negócios para conhecer novidades das marcas expositoras e fortalecer o relacionamento com executivos e representantes da indústria. O ambiente se consolidou como um verdadeiro ponto de encontro do setor, reunindo profissionais em uma agenda intensa de aprendizado e conexões.

A abertura oficial foi conduzida pelo jornalista André Coutinho, que deu início à programação no palco principal. Na sequência, **Marco Ferraz**, presidente executivo da CLIA no Brasil, abriu a sessão de conteúdos do evento com um panorama global da indústria de cruzeiros e uma leitura estratégica do momento do setor. Ferraz destacou que a demanda segue em forte crescimento e que a previsão da indústria é alcançar cerca de 42 milhões de cruzeiristas até 2028. Ele também ressaltou o ritmo de investimentos em novas embarcações. No horizonte de 2026 a 2036, mais de 75 navios já estão encomendados, o que ampliará a capacidade da frota mundial em cerca de 32%, movimento que abre novas oportunidades comerciais para os agentes de viagens.

Logo na sequência, o palco recebeu um painel que reuniu líderes de grandes companhias para discutir tendências e perspectivas para o setor. Participaram Adrian Ursilli, diretor geral da MSC Cruzeiros no Brasil; Estela Farina, diretora geral da Norwegian Cruise Line no Brasil; Dario Rustico, presidente executivo da Costa Cruzeiros para as Américas; Alexander Haim, senior manager de vendas de parques da Disney para a América Latina; e Álex Busquets, vice-presidente de vendas da Corazul Cruceros.

**Adrian Ursilli** destacou que a indústria vive um momento de forte expansão global, impulsionada pelo lançamento de novos navios e pela diversificação das experiências oferecidas a bordo. Segundo ele, o Brasil segue sendo um mercado relevante para a MSC Cruzeiros, com demanda crescente e grande potencial de desenvolvimento para as próximas temporadas.

**Estela Farina** ressaltou que a Norwegian Cruise Line continua ampliando sua presença global com novos navios e itinerários, investindo em inovação e em experiências cada vez mais personalizadas para os viajantes. A executiva destacou que a diversidade de roteiros e produtos amplia as possibilidades de venda para os agentes de viagens e informou que a companhia voltará a operar na América do Sul no próximo ano.

**Dario Rustico** enfatizou que a indústria de cruzeiros vive um dos seus momentos mais dinâmicos, com níveis elevados de ocupação e forte demanda por novas experiências. Para ele, os agentes de viagens são parceiros essenciais nesse processo, ajudando a ampliar o acesso do público ao produto e a consolidar o crescimento do setor.

**Alexander Haim** apresentou os planos de expansão da Disney Cruise Line, que prevê a ampliação significativa da frota nos próximos anos e a inclusão de novos destinos em seus itinerários. Segundo ele, o crescimento da marca abre novas oportunidades para o mercado latino-americano e fortalece a presença da Disney no segmento de cruzeiros.

**Álex Busquets** destacou a chegada da Corazul Cruceros ao mercado brasileiro e os planos de expansão da companhia na região. A nova marca terá seus cruzeiros comercializados no Brasil com exclusividade pela R11 Travel, ampliando as opções de produtos disponíveis para os agentes de viagens no país.

### **Treinamentos, encontros de negócios e networking**

Ao longo do dia, os agentes participaram de uma agenda estruturada de treinamentos com diversas marcas e destinos do setor, passando por diferentes salas e conteúdos para ampliar seu conhecimento sobre produtos, roteiros e tendências. Entre uma sessão e outra, o espaço de negócios continuou reunindo profissionais da indústria em encontros espontâneos, reuniões e conversas que reforçaram o espírito de colaboração e troca de conhecimento do evento.

A programação do sábado foi encerrada com uma cerimônia de agradecimento conduzida pela diretoria da CLIA e com a presença de autoridades, seguida de um coquetel de confraternização que reuniu executivos, parceiros e participantes. A noite terminou com um show que celebrou o encontro da indústria em um clima de integração e celebração.

No domingo, os agentes deram continuidade à experiência com visitas técnicas aos navios **Costa Diadema** e **MSC Preziosa**. A atividade permitiu que os profissionais conhecessem de perto os produtos, serviços e diferenciais das embarcações, conectando a capacitação teórica à vivência prática.

“O Cruise360 Brasil reuniu mais de 700 agentes de viagens interessados em entender melhor a nossa indústria, conhecer os produtos e aprender a vender mais e melhor as experiências oferecidas pelos nossos associados. Tivemos executivos das companhias compartilhando perspectivas e tendências e criando um ambiente de diálogo e conexão com os agentes. Destinos e portos também puderam se conectar com esse público, apresentar seus atrativos e mostrar os avanços realizados para aprimorar cada vez mais a recepção aos cruzeiristas. Como CLIA, nosso papel é justamente promover essa aproximação entre agentes, companhias marítimas e destinos, além de trabalhar continuamente para fortalecer o ambiente de negócios e tornar o Brasil cada vez mais

competitivo para a indústria de cruzeiros. Estamos muito felizes com o resultado e já começamos a olhar para a próxima edição, em 2027”, disse Marco Ferraz, presidente executivo da CLIA no Brasil.

**Cruise360 Brasil 2026**

**Companhias anfitriãs** - Costa Cruzeiros, MSC Cruzeiros

**Patrocínio platina** - Autoridade Portuária de Santos (APS), Prefeitura de Santos, SETUR/SP

**Patrocínio ouro** - ATERC, Corazul Cruceros, Disney Cruise Line, Ministério de Turismo do Uruguai, Ministério do Turismo do Brasil, Norwegian Cruise Line, Porto de Recife, SECTUR/BC, SETUR/PA

**Patrocínio prata** - Emirates, SETUR-BA

**Patrocínio bronze** - CNC, Ilhabela, Velle Representações

**Cotas alternativas / Expositores** - Agaxtur, Arajet Airlines, Atrio Hotéis, CVB Santos, Discover Cruises, EHTL Viagens, Fumtur Porto Belo, Qualitours, R11 Travel, SETUR-AL, Swan Hellenic, Trend Viagens, VCP Tur, Visual Turismo, Webtur

**Parceiros institucionais** - ABAV, ABAV RJ, ABAV SP, Braztoa, UNAV

**Apoio** - Central de Receptivos, Kyowa, Móbilía, Rei do Café

**Informações à Imprensa - Agência Guanabara**

Taís Santos – [tais@agenciaguanabara.com.br](mailto:tais@agenciaguanabara.com.br)

Diego Sierra – [diego@agenciaguanabara.com.br](mailto:diego@agenciaguanabara.com.br)