

Mercado del aceite de palma en Irán 2026

Tamaño del mercado, segmentación, panorama competitivo y perspectivas

2021–2031

Avanzamos juntos



Todos hemos oído alguna vez la frase de *Alicia en el país de las maravillas*: «Hay que correr todo lo que se pueda para permanecer en el mismo sitio. Si quieres llegar a otro lugar, tienes que correr al menos el doble de rápido». Aunque la cita se haya convertido en un cliché, nuestro mundo está cambiando a una velocidad extraordinaria. Y, sin embargo, a mi juicio, lo importante no es solo correr rápido, sino —sobre todo— saber hacia dónde se corre.

Nos vemos como el navegante, preparado para señalar el rumbo correcto en el momento oportuno. Al proporcionar información actualizada y oportuna para las decisiones importantes, buscamos proteger a nuestros clientes de pasos en falso y ayudarles a encontrar nuevas oportunidades.

Para nosotros es importante que quede satisfecho con el trabajo que hemos realizado. Si tiene alguna pregunta sobre este informe, estaremos encantados de responderla.

ANDREY SHEVCHENKO, Socio director

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Exención de responsabilidad

Este informe ha sido elaborado por shev.io exclusivamente con fines informativos. shev.io no garantiza la exactitud ni la integridad de toda la información contenida en el informe, ya que los datos de algunas fuentes pueden haber sido distorsionados de forma involuntaria o deliberada. La información presentada en este informe no debe interpretarse, directa ni indirectamente, como si contuviera recomendaciones para futuras actuaciones empresariales. Todas las opiniones y estimaciones contenidas en este informe reflejan el criterio de los autores en la fecha de publicación y pueden modificarse sin previo aviso.

shev.io no asume responsabilidad alguna por las pérdidas o los daños derivados del uso por parte de terceros de la información contenida en este informe, incluidas las opiniones o conclusiones publicadas, ni por las consecuencias causadas por el carácter incompleto de la información presentada. La información presentada en este informe se obtiene de fuentes abiertas. Puede facilitarse información adicional previa solicitud.

Este documento, o cualquier parte del mismo, no puede distribuirse sin la autorización escrita de shev.io ni reproducirse por ningún medio.

Condiciones de uso

Este informe se proporciona al usuario bajo una **licencia no exclusiva, intransferible y limitada**, exclusivamente para uso interno dentro de los fines para los que el informe se adquirió legítimamente.

El usuario **no puede**, total ni parcialmente, transferir, vender, regalar, publicar ni distribuir de otro modo el informe a terceros, ni entregarlo a otras personas jurídicas, organizaciones colaboradoras o equipos externos (incluidas las empresas afiliadas). Se prohíbe poner el informe (o fragmentos del mismo) a disposición del público (sitios web, redes sociales, servicios de mensajería, servicios de intercambio de archivos, almacenamiento en la nube con enlaces abiertos) o facilitar el acceso mediante servicios de terceros cuando ello permita a terceros consultar los materiales.

Si el informe lo adquiere una **empresa**, se permite su uso **únicamente a los empleados de dicha empresa** para tareas internas. Se prohíbe entregar el informe a contratistas, consultores, profesionales independientes, agencias y cualquier parte externa.

Todos los derechos exclusivos sobre el informe —incluidos su estructura, textos, selección de datos, visualizaciones, tablas, gráficos y elementos de diseño— pertenecen al titular de los derechos (shev.io) o se utilizan con fundamento legal. El usuario recibe el derecho a utilizar el informe únicamente dentro de estas condiciones.

Sin el consentimiento escrito de shev.io, se prohíbe crear productos derivados basados en el informe, utilizarlo como parte de un producto o servicio distribuido comercialmente, o eliminar o modificar los avisos de derechos de autor.

Se permite el uso de **citas breves** y fragmentos **únicamente en documentación interna** (notas internas, informes, presentaciones, correspondencia de trabajo), siempre que se conserven el significado y el contexto y se cite la fuente: *shev.io*. Cualquier publicación o uso de los materiales en lugares accesibles a terceros solo se permite con el consentimiento previo y por escrito de shev.io.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

El mercado de un vistazo

Esta muestra presenta el **formato y la profundidad** del informe: contenido narrativo real con las cifras y tablas detalladas ocultas como «XXX». Al realizar el pedido, se finalizan y verifican todas las cifras para su ejemplar, y el informe completo se entrega en un plazo de 24–72 horas.

Indicador	Valor
Tamaño del mercado (2025)	miles 0.7 de
Previsión (2031)	miles 1 de
CAGR (2021–2031)	5.7%
Periodo de estudio	2021–2031
Región de mayor tamaño	Centro de Irán · 34%
Región de mayor crecimiento	Sur y sureste · 6.5%
Concentración del mercado	Moderada
Licencia	Individual / Empresa

El mercado iraní del aceite de palma alcanza USD XXX millones en 2025 y se prevé que llegue a USD XXX millones en 2031, con una tasa de crecimiento anual compuesta del XX%. La industria alimentaria concentra el consumo: las compras responden a las necesidades de grasas para panificación, rellenos de confitería, fritura y mezclas de aceites comestibles. La oleína de palma es el producto predominante y Malasia encabeza el suministro por país productor. Para competir, resultan decisivas la capacidad de importar sin interrupciones, las formulaciones adaptadas a cada uso y la financiación de existencias en un entorno cambiante de acceso a divisas.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Índice

1 Introducción

1.1 Definición del mercado y límites de valoración

1.2 Alcance del estudio, exclusiones y criterios de clasificación

2 Método de investigación

2.1 Fuentes secundarias, cálculo del mercado e investigación primaria prevista

3 Síntesis ejecutiva y prioridades comerciales

4 Factores que determinan el mercado iraní del aceite de palma

4.1 Impulsores y efectos orientativos sobre el crecimiento anual compuesto

4.2 Limitaciones del mercado y riesgos operativos

4.3 Las cinco fuerzas de Porter

4.4 Cadena de valor, costes de importación y cambios normativos

5 Dimensión y previsiones del mercado iraní del aceite de palma

5.1 Series históricas nacionales de valor, volumen y valor unitario, 2021–2025

5.2 Previsiones anuales y explicación del crecimiento en valor, 2026–2031

6 Previsiones del aceite de palma en Irán por segmento

6.1 Por tipo de producto

6.2 Por aplicación

6.3 Por canal de comercialización

6.4 Por país productor

6.4.1 Malasia

6.4.2 Indonesia

6.4.3 Otros países productores

7 Previsiones territoriales del aceite de palma en Irán

7.1 Centro de Irán

7.1.1 Teherán

7.1.2 Alborz

7.1.3 Qom

7.1.4 Markazí

7.1.5 Isfahán

7.1.6 Yazd

7.1.7 Semnán

7.2 Norte y noroeste

7.2.1 Azerbaiyán Oriental

7.2.2 Azerbaiyán Occidental

7.2.3 Ardabil

7.2.4 Zanyán

© shev.io — Todos los derechos reservados.

7.2.5 Qazvín
7.2.6 Guilán
7.2.7 Mazandarán
7.2.8 Golestán
7.3 Oeste y suroeste
7.3.1 Kurdistán
7.3.2 Kermanshah
7.3.3 Ilam
7.3.4 Lorestán
7.3.5 Hamadán
7.3.6 Juzestán
7.3.7 Chahar Mahal y Bajtiarí
7.3.8 Kohguiluyé y Boyer Ahmad
7.4 Noreste
7.4.1 Jorasán Razaví
7.4.2 Jorasán del Norte
7.4.3 Jorasán del Sur
7.5 Sur y sureste
7.5.1 Fars
7.5.2 Bushehr
7.5.3 Hormozgán
7.5.4 Kermán
7.5.5 Sistán y Baluchistán
8 Competencia, cuotas de mercado y perfiles empresariales
8.1 Wilmar International
8.2 SD Guthrie
8.3 IOI Corporation
8.4 Kuala Lumpur Kepong
8.5 Golden Agri-Resources
8.6 Musim Mas
8.7 Apical
8.8 PT Astra Agro Lestari Tbk
9 Oportunidades de mercado, escenarios de previsión y prioridades de ejecución

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Lista de tablas

Tabla 1. Productos y operaciones incluidos y excluidos del mercado

Tabla 2. Correspondencia de códigos HS: aceite de palma crudo, fracciones y productos de palmiste excluidos

Tabla 3. Registro de evidencias, jerarquía de fuentes y comprobaciones pendientes

Tabla 4. Indicadores principales del mercado: valor, volumen, valor unitario y crecimiento

Tabla 5. Oportunidades comerciales según la aplicación y las necesidades del cliente

Tabla 6. Prioridades de entrada según las capacidades del proveedor y el canal comercial

Tabla 7. Impulsores del crecimiento: mecanismo, clientes afectados, territorio y horizonte de previsión

Tabla 8. Limitaciones del mercado: cómo repercuten, exposición y respuesta comercial

Tabla 9. Las cinco fuerzas de Porter en la compra y distribución de aceite de palma en Irán

Tabla 10. Comparación de sustitución entre aceite de palma, soja, girasol y otros preparados grasos

Tabla 11. Valor del mercado y volumen de consumo nacionales por año, 2021–2031

Tabla 12. Valor y volumen anuales del mercado por tipo de producto, 2021–2031

Tabla 13. Valor y volumen anuales del mercado por aplicación, 2021–2031

Tabla 14. Valor y volumen anuales del mercado por canal comercial, 2021–2031

Tabla 15. Valor y volumen anuales del mercado por país productor, 2021–2031

Tabla 16. Valor y volumen anuales del mercado por región iraní, 2021–2031

Tabla 17. Descomposición del crecimiento en valor: aportación del consumo, la composición por productos y el valor unitario

Tabla 18. Comparativa de productos: valor, volumen, cuota, crecimiento y requisitos de uso

Tabla 19. Comparativa de aplicaciones: valor, volumen, cuota y criterios de compra

Tabla 20. Comparativa de canales comerciales: valor, volumen, cuota y necesidades de servicio

Tabla 21. Comparativa de países productores: valor, volumen, cuota y factores de compra

Tabla 22. Comparativa regional: valor, volumen, cuota, valor unitario y crecimiento

Tabla 23. Previsiones provinciales de valor y volumen del centro de Irán, con una fila para Teherán, Alborz, Qom, Markazí, Isfahán, Yazd y Semnán

Tabla 24. Previsiones del norte y noroeste, con una fila por provincia: Azerbaiyán Oriental, Azerbaiyán Occidental, Ardabil, Zanyán, Qazvín, Guilán, Mazandarán y Golestán

Tabla 25. Previsiones del oeste y suroeste, con una fila por provincia: Kurdistán, Kermanshah, Ilam, Lorestán, Hamadán, Juzestán, Chahar Mahal y Bajtiarí, y Kohguiluyé y Boyer Ahmad

Tabla 26. Previsiones del noreste, con una fila por provincia: Jorasán Razaví, Jorasán del Norte y Jorasán del Sur

Tabla 27. Previsiones del sur y sureste, con una fila por provincia: Fars, Bushehr, Hormozgán, Kermán y Sistán y Baluchistán

Tabla 28. Balance comercial del aceite de palma por código HS, socio, año, valor y peso neto

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Tabla 29. Tramitación y requisitos de importación por organismo, documento y etapa

Tabla 30. Cambios de política fechados y su repercusión en los costes de compra de Irán

Tabla 31. Grupos iraníes de importación y refinado: ventas incluidas, cuota y documentación de respaldo

Tabla 32. Wilmar International: productos, finanzas, capacidad, novedades y estrategia

Tabla 33. SD Guthrie: productos, finanzas, capacidad, novedades y estrategia

Tabla 34. IOI Corporation: productos, finanzas, capacidad, novedades y estrategia

Tabla 35. Kuala Lumpur Kepong: productos, finanzas, capacidad, novedades y estrategia

Tabla 36. Golden Agri-Resources: productos, finanzas, capacidad, novedades y estrategia

Tabla 37. Musim Mas: productos, finanzas, capacidad, novedades y estrategia

Tabla 38. Apical: productos, finanzas, capacidad, novedades y estrategia

Tabla 39. PT Astra Agro Lestari Tbk: productos, finanzas, capacidad, novedades y estrategia

Tabla 40. Supuestos de los escenarios y resultados anuales de valor, volumen y valor unitario

Tabla 41. Evaluación de oportunidades comerciales por aplicación, región y capacidad necesaria

Tabla 42. Plan de ejecución, indicadores anticipados y motivos para revisar la previsión

Tabla 43. Market value by year, USD bn

Tabla 44. Year-over-year value change

Tabla 45. Drivers — impact on forecast

Tabla 46. Restraints — impact on forecast

Tabla 47. Value by por tipo de producto, USD bn

Tabla 48. Value by por aplicación, USD bn

Tabla 49. Value by por canal de comercialización, USD bn

Tabla 50. Value by por país productor, USD bn

Tabla 51. Value by por zona geográfica, USD bn

Tabla 52. Market value by region, USD bn

Tabla 53. Market value by leading country, USD bn

Tabla 54. Leading companies

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Lista de figuras

Figura 1. Cadena del aceite de palma en Irán: valor comercial atribuido a cada etapa de transacción

Figura 2. Valor del mercado iraní del aceite de palma: base de 2025 y previsión para 2031

Figura 3. Aumento del valor del mercado por aplicación, 2025–2031

Figura 4. Efecto orientativo de los impulsores sobre el crecimiento anual compuesto del mercado iraní

Figura 5. Efecto orientativo de las limitaciones sobre el crecimiento anual compuesto del mercado iraní

Figura 6. Valor anual del mercado iraní del aceite de palma, 2021–2031

Figura 7. Consumo anual de aceite de palma en Irán, en volumen, 2021–2031

Figura 8. Valor unitario medio obtenido en las ventas de aceite de palma, 2021–2031

Figura 9. Cuotas en valor del mercado iraní por tipo de aceite de palma, 2025

Figura 10. Cuotas en valor del mercado iraní del aceite de palma por aplicación, 2025

Figura 11. Cuotas en valor del mercado iraní del aceite de palma por canal comercial, 2025

Figura 12. Cuotas en valor del mercado iraní del aceite de palma por país productor, 2025

Figura 13. Cuotas en valor del mercado iraní del aceite de palma por región, 2025

Figura 14. Crecimiento anual compuesto del valor del mercado de aceite de palma por región, 2025–2031

Figura 15. Aportación de cada región al aumento de la demanda iraní de aceite de palma, 2025–2031

Figura 16. Volumen anual de importación de aceite de palma por país productor, 2021–2031

Figura 17. Componentes del coste puesto en destino en rutas representativas de abastecimiento de aceite de palma

Figura 18. Cuota del mercado iraní del aceite de palma por grupo importador y refinador, 2025

Figura 19. Capacidades de los proveedores internacionales: amplitud de gama e integración de la transformación

Figura 20. Valor del mercado iraní del aceite de palma en los escenarios central, favorable y desfavorable

Figura 21. Value share by por tipo de producto, 2025

Figura 22. Value share by por aplicación, 2025

Figura 23. Growth rate by region, 2025-2031

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Executive summary

El mercado iraní del aceite de palma alcanza USD XXX millones en 2025 y se prevé que llegue a USD XXX millones en 2031, con una tasa de crecimiento anual compuesta del XX%. La industria alimentaria concentra el consumo: las compras responden a las necesidades de grasas para panificación, rellenos de confitería, fritura y mezclas de aceites comestibles. La oleína de palma es el producto predominante y Malasia encabeza el suministro por país productor. Para competir, resultan decisivas la capacidad de importar sin interrupciones, las formulaciones adaptadas a cada uso y la financiación de existencias en un entorno cambiante de acceso a divisas.

Indicador	Valor
Market size 2025	XXX
Forecast 2031	XXX
CAGR	XXX
Largest region	XXX
Fastest region	XXX

Key findings

- El mercado iraní del aceite de palma pasa de USD XXX millones en 2025 a USD XXX millones en 2031, con un crecimiento anual compuesto del XX%.
- El consumo interno de aceite de palma asciende a XXX toneladas en 2025 y alcanza XXX toneladas en 2031.
- La oleína de palma reúne el XX% del valor del mercado en el año base, gracias a su uso en fritura, mezclas y restauración.
- La fabricación industrial de alimentos concentra el XX% del valor del mercado y constituye la mayor base de clientes potenciales.
- Por país productor, Malasia aporta el XX% del valor del suministro e Indonesia el XX%.
- El centro de Irán representa el XX% del valor de la demanda nacional, en consonancia con su concentración de fabricantes de alimentos y actividad distribuidora.
- El sur y sureste registra el mayor avance regional en valor, con un crecimiento anual del XX% hasta 2031.
- Las compras directas de la industria suponen el XX% del valor del mercado; por ello, el asesoramiento técnico comercial y la relación con los responsables de compras son fundamentales para entrar en él.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Market size and forecast

Market value by year, USD bn

Indicator	2026	2027	2028	2029	2030	2031	CAGR
Market value, USD bn	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Market volume	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Production	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Imports	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Exports	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Apparent consumption	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Year-over-year value change

Indicator	2027	2028	2029	2030	2031	CAGR
Market value	X%	X%	X%	X%	X%	X%
Production	X%	X%	X%	X%	X%	X%
Imports	X%	X%	X%	X%	X%	X%
Exports	X%	X%	X%	X%	X%	X%

Fuente: XXX

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Tendencias y factores de crecimiento del aceite de palma en Irán

La rentabilidad del aceite de palma en Irán depende del recorrido entre el coste de importación del ingrediente y su rendimiento en el uso concreto del cliente. Los precios internacionales, las especificaciones, las necesidades de financiación y los gastos de distribución nacional determinan conjuntamente su competitividad. Una única cotización de referencia no permite captar las diferencias entre un aceite de fritura, una grasa para panificación y otros preparados grasos industriales.

La industria es el núcleo de la demanda porque el aceite de palma cumple funciones que no siempre pueden reproducirse sustituyéndolo sin más por un aceite vegetal líquido. La fusión, la textura, la estabilidad durante el almacenamiento y la uniformidad de la producción repercuten en el coste y el rendimiento del alimento terminado. Por ello, la compatibilidad técnica pesa en la competencia junto con el precio y la disponibilidad.

La principal dificultad comercial consiste en sincronizar compras, pagos y entregas al cliente. Un producto competitivo en costes puede perder ventas si la documentación o la financiación impiden ejecutar el pedido. A su vez, una buena gestión de existencias y la homologación de países alternativos de suministro permiten mejorar el servicio sin tener que cambiar sustancialmente el producto.

Growth drivers

La producción industrial de alimentos mantiene la demanda de ingredientes

La panificación, las galletas, los rellenos de confitería y otros alimentos elaborados generan compras recurrentes de ingredientes de palma cuyo comportamiento en fusión y manipulación sea previsible. Los fabricantes valoran que las especificaciones se mantengan de un envío a otro y que el suministro permita producir sin interrupciones. Captar y consolidar clientes industriales es, por tanto, la principal vía para aumentar el volumen de forma sostenida.

La competitividad del coste puesto en destino favorece la sustitución de otros aceites

Frente a los aceites de soja y girasol, la competitividad del aceite de palma depende tanto del precio entregado como de su rendimiento en la formulación final. Si la relación de precios le resulta favorable, los compradores industriales pueden ajustar mezclas ya aprobadas sin alterar la propuesta general del producto. La oportunidad es mayor cuando el departamento de compras compara el coste por unidad terminada y no solo el precio del ingrediente.

La restauración impulsa el consumo de oleína de palma

La fritura profesional necesita aceites con estabilidad oxidativa adecuada, comportamiento previsible y reposición segura. La oleína de palma gana atractivo cuando el operador sopesa el precio de compra junto con la duración útil del aceite y la uniformidad del alimento frito. Los distribuidores que aseguran disponibilidad y ofrecen formatos apropiados pueden captar demanda más allá de los grandes fabricantes.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Las grasas adaptadas a usos concretos amplían el mercado de la estearina de palma

La estearina de palma aporta estructura y propiedades de fusión a las grasas para panificación y a determinados preparados grasos industriales. Su demanda se desarrolla mediante el trabajo de formulación con el cliente, no mediante la mera sustitución de aceites líquidos. Los proveedores que dominan las mezclas y aportan documentación técnica pueden elevar el ingreso por tonelada al resolver necesidades concretas del proceso productivo.

La transformación y la distribución en el sur favorecen el crecimiento regional

En el sur y sureste hay oportunidades ligadas a la elaboración regional de alimentos, la distribución comercial y el abastecimiento de ciudades dispersas. Disponer de almacenamiento, envasado y transporte hacia el interior mejora el acceso al producto fuera de los principales centros industriales consolidados. El crecimiento se atribuye a la transformación y al consumo efectivos; el movimiento portuario se analiza por separado.

La diversificación de proveedores refuerza la continuidad del abastecimiento

Tener proveedores homologados en varios países productores permite responder a interrupciones de los envíos, cambios en la rentabilidad de las exportaciones y dificultades para conseguir determinadas especificaciones. Esta diversificación funciona mejor si los ensayos, la documentación y los mecanismos de pago están resueltos antes de que surja el problema. Asegurar el abastecimiento ayuda a conservar clientes y reduce las paradas de producción por falta de ingredientes.

Restraints

El acceso a divisas condiciona los ciclos de compra

Los compradores que dependen de importaciones deben coordinar la disponibilidad de divisas, el registro de pedidos, los vencimientos de pago y el cobro a sus clientes nacionales. Cuando estos plazos se desajustan, incluso una operación rentable puede resultar difícil de ejecutar. La presión es especialmente intensa para los pequeños transformadores y distribuidores, ya que las existencias y su financiación absorben una proporción mayor del capital disponible.

Los requisitos bancarios y comerciales complican las operaciones

La autorización para comerciar con productos agrícolas no exime de revisar las contrapartes, los bancos, el transporte y la documentación de cada transacción. Aunque el producto pertenezca a una categoría autorizada, compradores y proveedores pueden sufrir retrasos. Los costes de tramitación y ejecución favorecen a los operadores experimentados y dificultan la entrada de nuevos suministradores.

El posicionamiento nutricional limita determinados usos de consumo

Las marcas dirigidas al consumidor deben conciliar funcionalidad y precio con las preferencias relativas a las grasas saturadas y a la información sobre ingredientes. Las propuestas basadas en otros aceites pueden reducir la presencia de la palma en las compras de los hogares y en ciertos alimentos de gama

© shev.io — Todos los derechos reservados.

alta. Por ello, los proveedores industriales necesitan ofertas específicas para cada uso y documentación clara sobre la composición.

Las políticas de los países productores y la volatilidad del transporte presionan los márgenes

Las medidas sobre exportaciones, la demanda interna de biodiésel y la disponibilidad de transporte modifican el coste de importación del aceite de palma. Si reponer existencias se encarece antes de que puedan ajustarse los precios de venta nacionales, el margen del importador se estrecha. Para gestionar esta exposición hacen falta disciplina de compra, información actualizada sobre existencias y condiciones comerciales que recojan la evolución de los costes.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Cómo influyen los impulsores y las limitaciones en el crecimiento del mercado iraní

Drivers — impact on forecast

Driver	Impact on CAGR	Geography	Horizon
La producción industrial de alimentos mantiene la demanda de ingredientes	XXX	XXX	XXX
La competitividad del coste puesto en destino favorece la sustitución de otros aceites	XXX	XXX	XXX
La restauración impulsa el consumo de oleína de palma	XXX	XXX	XXX
Las grasas adaptadas a usos concretos amplían el mercado de la estearina de palma	XXX	XXX	XXX
La transformación y la distribución en el sur favorecen el crecimiento regional	XXX	XXX	XXX
La diversificación de proveedores refuerza la continuidad del abastecimiento	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Restraints — impact on forecast

Restraint	Impact on CAGR	Geography	Horizon
El acceso a divisas condiciona los ciclos de compra	XXX	XXX	XXX
Los requisitos bancarios y comerciales complican las operaciones	XXX	XXX	XXX
El posicionamiento nutricional limita determinados usos de consumo	XXX	XXX	XXX
Las políticas de los países productores y la volatilidad del transporte presionan los márgenes	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

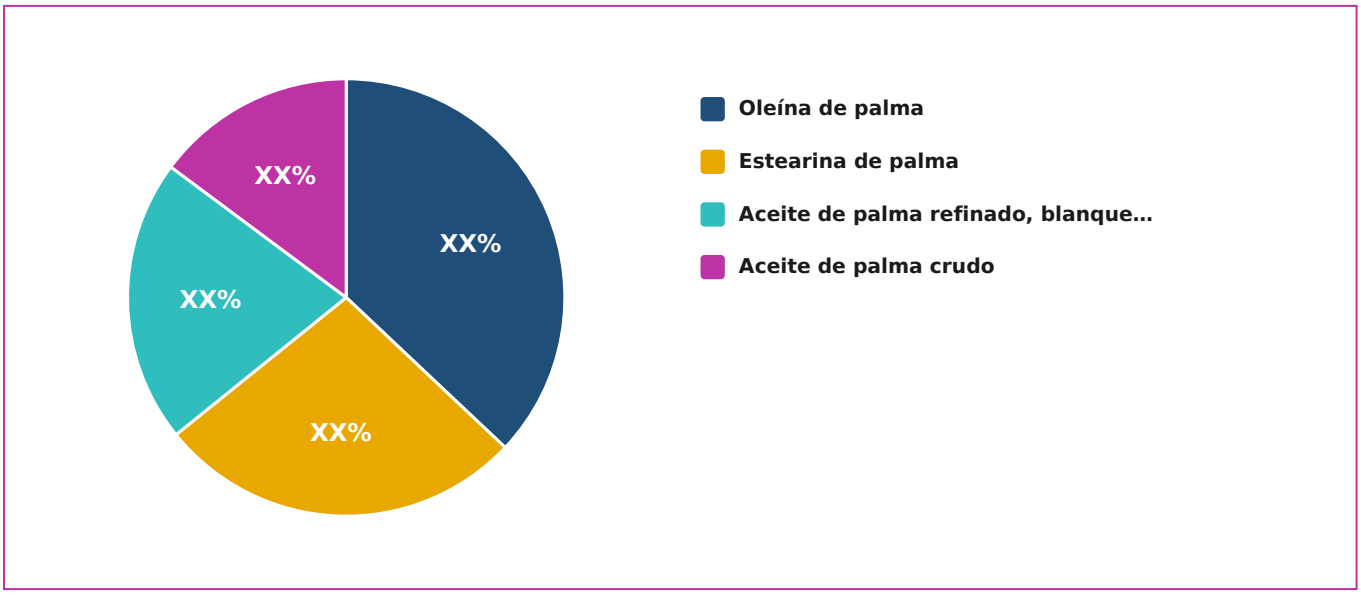
© shev.io — Todos los derechos reservados.

Distribución del mercado iraní por producto, aplicación y país productor

Por tipo de producto

La fritura, las mezclas y la restauración sostienen el predominio de la oleína de palma. El aceite refinado, blanqueado y desodorizado atiende necesidades de transformación más amplias, mientras que la estearina se utiliza cuando la formulación requiere estructura y un comportamiento de fusión controlado. El desarrollo de grasas industriales para panificación y de determinados usos en confitería convierte a la estearina en la principal oportunidad de expansión vinculada a aplicaciones específicas.

Value share by por tipo de producto, 2025



Fuente: XXX

Value by por tipo de producto, USD bn

Segment	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
Oleína de palma	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Estearina de palma	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Aceite de palma refinado, blanqueado y desodorizado	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Aceite de palma crudo	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

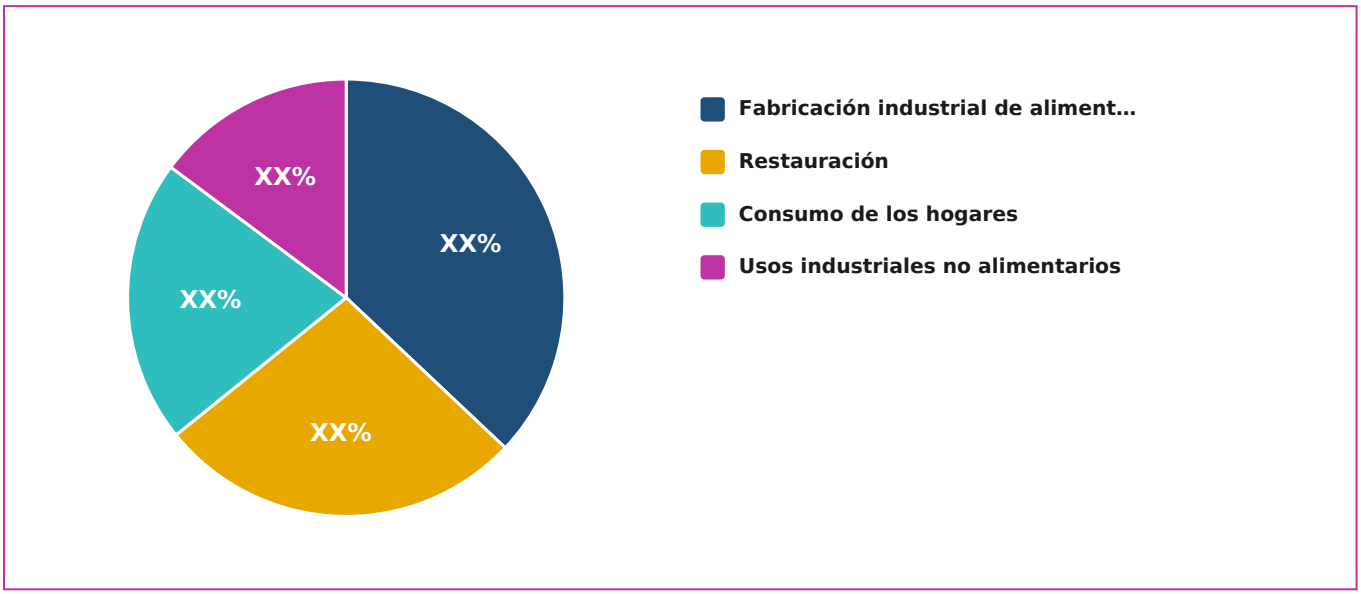
Fuente: XXX

Por aplicación

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Los fabricantes industriales compran productos de palma por su combinación de coste, rendimiento en proceso y uniformidad. La restauración genera una demanda diferenciada, ligada a la fritura profesional y a los distribuidores. En los hogares pesan más el posicionamiento de las marcas y las preferencias sobre ingredientes. Los usos no alimentarios constituyen una salida industrial menor; la fabricación de alimentos sigue ofreciendo la principal oportunidad de crecimiento.

Value share by por aplicación, 2025



Fuente: XXX

Value by por aplicación, USD bn

Segment	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
Fabricación industrial de alimentos	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Restauración	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Consumo de los hogares	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Usos industriales no alimentarios	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Por canal de comercialización

Los grandes fabricantes consumidores prefieren relaciones directas de compra que faciliten el control de especificaciones, la planificación de envíos y la negociación comercial. Los distribuidores nacionales reúnen pedidos de transformadores más pequeños y operadores de restauración; la venta minorista de productos envasados atiende a hogares y a algunos pequeños negocios. El suministro directo a la industria ofrece la vía de crecimiento más clara para quienes combinan asistencia técnica y cumplimiento fiable de los pedidos.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Value by por canal de comercialización, USD bn

Segment	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
Compras directas de la industria	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Ventas a través de distribuidores nacionales	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Venta minorista de productos envasados	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Por país productor

Malasia es el principal país de abastecimiento e Indonesia constituye la mayor alternativa. El origen se atribuye al país productor, no al lugar de facturación ni al centro de transbordo. Indonesia ofrece la mayor oportunidad de diversificación, aunque la homologación por el cliente, la uniformidad del producto y la ejecución de los pagos condicionan la rapidez con la que puede ganar ventas.

Value by por país productor, USD bn

Segment	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
Malasia	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Indonesia	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Otros países productores	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Por zona geográfica

El centro de Irán reúne la mayor concentración de clientes industriales potenciales y una amplia actividad de compras y distribución. El norte y noroeste y el oeste y suroeste constituyen otros dos mercados de demanda importantes. La expansión de la transformación y la distribución regional impulsa el mayor crecimiento del sur y sureste, mientras que Jorasán Razaví sigue siendo el principal soporte del mercado del noreste.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Value by por zona geográfica, USD bn

Segment	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
Centro de Irán	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Norte y noroeste	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Oeste y suroeste	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Noreste	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Sur y sureste	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

© shev.io — Todos los derechos reservados.

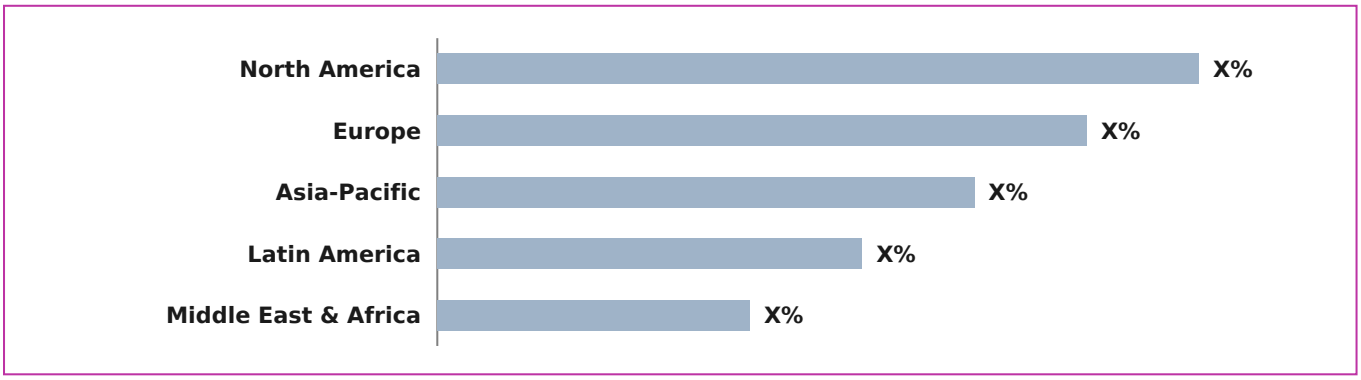
Demanda de aceite de palma en Irán: análisis regional y perspectivas provinciales

Con el XX% del valor del mercado, el centro de Irán sigue siendo la principal zona de entrada comercial para los proveedores industriales. Teherán y Alborz reúnen fabricación, compras y distribución, mientras que Isfahán y las provincias industriales próximas amplían la base de clientes potenciales. La demanda se asigna al lugar de transformación o consumo del aceite; así se evita atribuir a Teherán, por ser sede de distribuidores nacionales, ventas que corresponden a otras regiones.

El norte y noroeste aporta el XX% del valor, apoyado en la industria alimentaria y la distribución de sus centros urbanos e industriales. El oeste y suroeste representa el XX% y combina consumo interior con el peso logístico de Juzestán. El informe distingue la entrada aduanera, el almacenamiento y la transformación final para que la actividad de los corredores de importación no infle el consumo local.

El sur y sureste parte de una cuota del XX% en el año base y crece un XX% anual, el ritmo regional más elevado. Las oportunidades se concentran en la fabricación local, la restauración y la ampliación de la cobertura distributiva en Fars, Bushehr, Hormozgán, Kermán y Sistán y Baluchistán. El noreste aporta el XX% del valor; Jorasán Razaví es su principal núcleo de demanda y de distribución hacia las provincias vecinas.

Growth rate by region, 2025-2031



Fuente: XXX

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Market value by region, USD bn

Region	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
North America	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Europe	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Asia-Pacific	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Latin America	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Middle East & Africa	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Market value by leading country, USD bn

Country	2025	2031	Share 2025	CAGR
United States	XXX	XXX	XXX	XXX
Germany	XXX	XXX	XXX	XXX
United Kingdom	XXX	XXX	XXX	XXX
Belgium	XXX	XXX	XXX	XXX
Netherlands	XXX	XXX	XXX	XXX
Japan	XXX	XXX	XXX	XXX
China	XXX	XXX	XXX	XXX
Mexico	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Competencia y cuotas empresariales en el mercado iraní del aceite de palma

La concentración es moderada entre los grupos iraníes de importación y refinado, a los que se suma una red más amplia de distribuidores y fabricantes consumidores. La capacidad financiera, la ejecución de las compras, el acceso a almacenamiento y la calidad uniforme determinan la fortaleza competitiva. El precio sigue teniendo peso, pero las exigencias del calendario de producción convierten la puntualidad de las entregas y la compatibilidad de las formulaciones en criterios decisivos.

Wilmar International, SD Guthrie, IOI Corporation, Kuala Lumpur Kepong, Golden Agri-Resources, Musim Mas, Apical y Astra Agro Lestari integran el grupo de productores y transformadores internacionales utilizado como referencia comparativa. Behshahr Industrial Company, Margarin Company y Kourosh Food Industry permiten examinar las actividades posteriores de la cadena en Irán. Su inclusión señala empresas de interés para el análisis comercial; no acredita una relación actual de suministro entre un grupo internacional citado e Irán.

El análisis empresarial diferencia la escala de las plantaciones, la capacidad de refinado y fraccionamiento, el conocimiento de grasas especializadas y la fortaleza de la distribución nacional. Los cambios de propiedad, las ampliaciones de capacidad y los acuerdos de suministro se incorporan a partir de comunicaciones empresariales fechadas. En la selección de proveedores ganan importancia el origen acreditado, la uniformidad del producto y la capacidad de mantener el servicio cuando cambian las condiciones de las operaciones.

Leading companies

Company	HQ	Est. revenue 2025	Market share 2025	YoY
Wilmar International	XXX	XXX	XXX	XXX
SD Guthrie	XXX	XXX	XXX	XXX
IOI Corporation	XXX	XXX	XXX	XXX
Kuala Lumpur Kepong	XXX	XXX	XXX	XXX
Golden Agri-Resources	XXX	XXX	XXX	XXX
Musim Mas	XXX	XXX	XXX	XXX
Apical	XXX	XXX	XXX	XXX
PT Astra Agro Lestari Tbk	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Previsiones y oportunidades comerciales del aceite de palma en Irán hasta 2031

La previsión de USD XXX millones para 2031 combina un mayor consumo con variaciones de los precios en dólares y de la distribución por aplicaciones. La demanda física alcanza XXX toneladas, de modo que la perspectiva comercial se sustenta en la producción alimentaria y los usos industriales, no en la inflación de la moneda nacional. La oleína conserva el primer puesto por producto, mientras que las grasas adaptadas a aplicaciones concretas permiten afianzar clientes y elevar el ingreso por tonelada.

El escenario favorable contempla compras más fluidas, una mayor producción de alimentos elaborados y una relación de precios ventajosa para la palma frente a otros aceites. El desfavorable combina retrasos de financiación, mayores costes de importación y sustitución por aceites competidores. Al separar volumen, composición de las ventas y valor unitario, el análisis permite distinguir un aumento de la facturación de un crecimiento efectivo del consumo.

Los proveedores mejor posicionados reunirán productos técnicamente adecuados, entregas fiables, especificaciones transparentes y disciplina financiera. Las estrategias de entrada más sólidas parten de aplicaciones concretas y formulaciones aprobadas, para después añadir distribución y gestión de existencias. La expansión territorial debe seguir la demanda de transformación comprobada, especialmente en el sur y sureste, y no basarse únicamente en la actividad de almacenes o puertos.

Opportunities

- Grasas para panificación y preparados grasos para confitería diseñados para cada aplicación
- Aceite de palma con origen acreditado y trazabilidad para compradores industriales exigentes
- Envases industriales de menor capacidad para panaderías y fabricantes regionales de alimentos
- Servicios de gestión de existencias ajustados a la demanda de los clientes industriales
- Programas de compra en dos países de origen con especificaciones uniformes
- Asistencia técnica para reformular productos alternando aceite de palma y otros aceites vegetales
- Redes de distribución y almacenamiento al servicio del sur y sureste

> This preview shows the form and depth of the report. The full report contains every figure, segment- and country-level detail and full company profiles. On purchase all figures are finalised and verified, and the report is delivered within 24–72 hours.

© shev.io — Todos los derechos reservados.