**The Avocado’s Sustainability Story in the U.S.**

*John McGuigan*1

Hass Avocado Board

As consumers become more animated in their thinking about the sustainability of the foods they eat, the avocado industry has a responsibility to tell their story to the purchasers of their products. Hass Avocado Board (HAB) consumer research in the United States in 2021, showed that consumers responsible for 96% of the avocados purchased in the U.S. marketplace are aware, engaged, and concerned about sustainability. They currently have a strong positive perception about avocados and sustainability, however, in the absence of a strong industry sustainability program (intention, action, and messaging) negative stories could have impact over time. HAB and the associations of all countries of origin who supply fruit to the U.S. market, have collaborated to bring into existence the Avocado Sustainability Center (ASC). Its mission is to become the premier provider of sustainability research, data and information for the Hass avocado industry and a trusted thought-leader in the field of sustainability that will provide a better future for the industry. The ASC is only beginning its journey; however, the industry, as a consumer centric marketer, needs to supply research and data to back its claims of being a sustainable superfood for avocado fans. As consumers get more sophisticated in their thinking and educated about their fresh fruit and vegetable options, we must supply this information to support our efforts to be recognized as a sustainable choice for our global market. Learn how HAB plans to inform that effort.

**Keywords**: Sustainability, Research, Avocado Consumers.

**La historia de sostenibilidad del aguacate en los Estados Unidos.**

*John McGuigan*1

1Hass Avocado Board

Los consumidores se preocupan cada vez más por la sostenibilidad de sus alimentos y la industria del aguacate tiene la responsabilidad de contar su historia. Estudios realizados por el Hass Avocado Board (HAB) en los Estados Unidos, en el 2020 y 2021, mostraron que los consumidores responsables del 96% de las compras de aguacates están conscientes de, comprometidos con, y preocupados por la sostenibilidad. Actualmente tienen una percepción positiva sobre los aguacates y la sostenibilidad; sin embargo, en ausencia de un programa sólido de sostenibilidad (intención, acción y mensajes), las historias negativas podrían tener un impacto con el tiempo. HAB y las asociaciones de todos los países de origen que abastecen fruta al mercado estadounidense, colaboraron para crear el Avocado Sustainability Center (ASC). El ASC apenas arranca; su misión es convertirse en la principal fuente de investigación e información sobre sostenibilidad y en un líder de opinión en ese ámbito, que brindará un mejor futuro para la industria. Al ser una industria centrada en el consumidor, el ASC reconoce la necesidad de comunicar los hallazgos de las investigaciones y la información, como respaldo al mensaje de sostenibilidad de este superalimento ante los fanáticos del aguacate en todo el mundo. A medida que los consumidores desarrollan puntos de vista más sofisticados y se informan acerca de las opciones de frutas y verduras frescas, debemos divulgar esta información para respaldar nuestro esfuerzo por ser reconocidos como una opción sostenible en nuestro mercado global. Descubre como HAB planea comunicar sus esfuerzos.

**Palabra Clave**: Sostenibilidad, Investigación, Consumidores de Aguacate.