

Walter Thompson-Hernández
LOS ANGELES, CALIFORNIA

El negocio mezcadero dirigió solo por mujeres de Yola Jiménez empezó con su abuelo.

A finales de la década de 1960, él compró una granja en Oaxaca, cerca de su casa en San Juan del Río, y empezó a experimentar con el cultivo del agave.

Fue un proyecto personal que creció con el tiempo; al final, el abuelo de Jiménez pasaba más tiempo haciendo mezcal que en su trabajo cotidiano.

"Mi abuelo era progresista; también fue analfabeto hasta que se inscribió en la universidad y se convirtió en ingeniero", dijo Jiménez hace poco desde las oficinas centrales de su empresa, en el vecindario de Silver Lake, en Los Angeles.

"Solo lo producía para sus amigos y su familia. Lo hacía por amor al mezcal", manifestó Jiménez.

Ese amor fue heredado por Jiménez, de 35 años, quien nació y creció en Ciudad de México. En 2008, abrió una mezcalería en la ciudad, La Clandestina, donde servía versiones del licor de su abuelo, junto con otras variedades únicas e inusuales.

A medida que la popularidad del bar aumentaba, la idea de hacerse cargo de los cultivos de maguey de su familia —y contratar únicamente a mujeres para destilar, embotellar y vender el producto— se convirtió en una realidad. "Algunas de ellas son las nietas de los trabajadores originales de la destilería", explicó la empresaria.

Sabor ahumado

Sabía que el proyecto era impor-



TRACY NGUYEN

Lykke Li, Gina Correll Aglietti y Yola Jiménez, las tres mujeres detrás de Yola Mezcal, en la oficina de la compañía en Los Angeles, California. A medida que crece la marca, la firma contrata principalmente mujeres.

Un mezcal con sabor a Oaxaca hecho por

mujeres

tante. "Este modelo ofrece empleos e ingresos que, según estudios, pueden tener un impacto más amplio en las comunidades", afirmó.

Sin embargo, no había manera de saber lo popular que se volvería el mezcal en los últimos años.

Las ventas de este licor con sabor ahumado se han disparado hasta en ciudades estadounidenses y la bebida es atractiva para muchos justamente porque es relativamente nueva en algunos lugares.

Jiménez conoció a Lykke Li, cantante y compositora sueca de 33 años, y a Gina Correll Aglietti, de 37 años, en Ciudad de México, en distintas ocasiones.

Tras varios años de amistad, se volvieron socias. Las tres amantes del mezcal se reunieron y probaron marcas diferentes a fin de pulir las recetas de Jiménez.

Así nació Yola Mezcal, cuyo sabor proviene de una combinación de un agave popular conocido como espadín con un tipo menos conocido llamado madrecoixte.

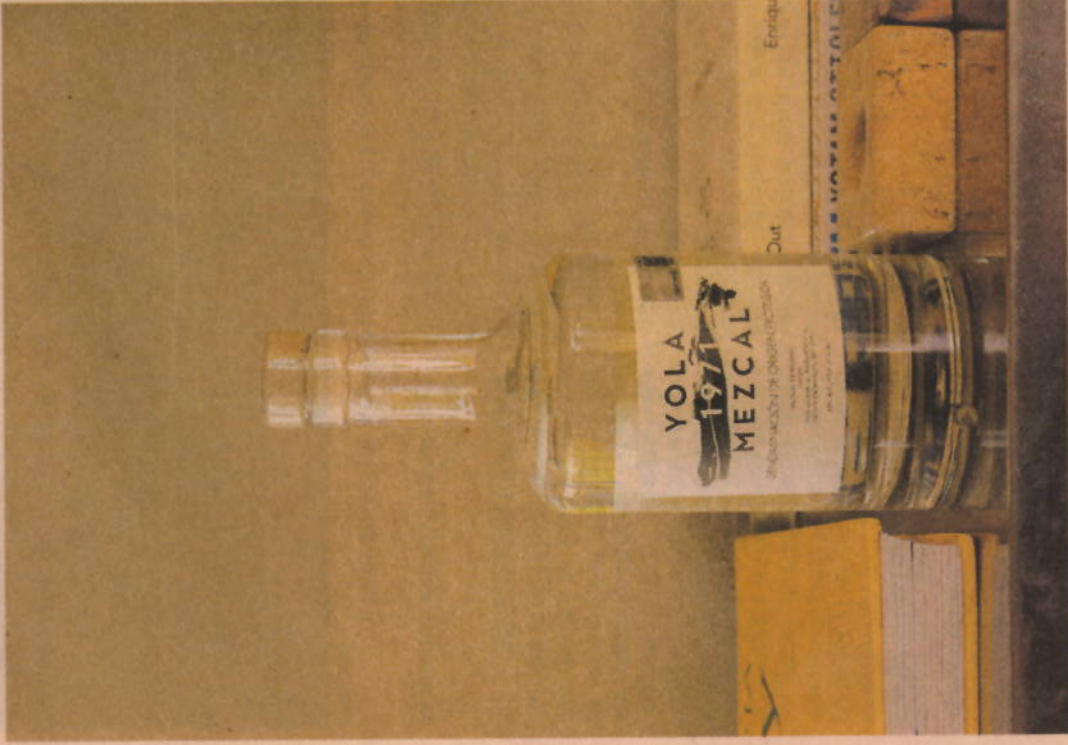
La marca está creciendo, con Jiménez a cargo de las operaciones en México; Lykke Li, al mando de la dirección creativa, y Correll Aglietti, quien antes trabajaba como estilista y productora, al frente de la mayoría de las operaciones cotidianas del negocio como la directora ejecutiva.

Siguen contratando mujeres, en su mayoría, y ahora en ambos lados de la frontera de México con Estados Unidos.

Nido de ideas

Las oficinas centrales de la empresa se ubican en una casa moderna en Silver Lake, diseñada por

El sabor de Yola Mezcal proviene de una combinación de un agave popular conocido como espadín con un tipo menos conocido llamado madrecoixte



R. M. Schindler y propiedad del ceramista Noel Osheroff. También es el hogar de Correll Aglietti.

Aquí es donde las mujeres de Yola Mezcal se reúnen en cenas semanales y donde surgen por primera vez muchas de las ideas para la marca.

Las tres amigas solían pasar de contrabando sus botellas a eventos de Hollywood y a reconocidos clubes nocturnos como el Chateau Marmont, como una forma de distribución a modo. Hoy en día, Chateau Marmont tiene botellas de Yola Mezcal en el bar, oficialmente.

ciativas filantrópicas. A mediados de agosto, organizaron el primer "Yola Día", un festival de música con presentaciones únicamente de artistas mujeres, entre las que estuvieron Courtney Love, Megan Thee Stallion, Empress Of, Cat Power y, por supuesto, Lykke Li.

El festival se celebró en el Los Angeles State Historic Park (parque histórico estatal de Los Angeles) y fue realizado por mujeres como parte del personal técnico, administrativo y de seguridad. Un dólar de cada boleto se donó a la organización de empoderamiento y bienestar de mujeres Down-

"NO SE TRATÓ DE EXCLUIR A LOS HOMBRES. EN REALIDAD, SE TRATA DE CREAR UN FUTURO Y TRATAR DE ENTENDER LO QUE SIGNIFICA SER MUJERES Y HOMBRES, Y APRENDER Y VIVIR JUNTOS", DIJO LYKKE LI, SOCIA DE YOLA MEZCAL.

"Teníamos un producto que era real y era muy buen mezcal", dijo Aglietti. "No teníamos una estrategia de ventas ni de negocios. Lo aprendimos de manera informal, lo construimos como una familia".

Las mujeres también han incursionado con éxito en el mundo del tequila.

Las tres mujeres han seguido expandiendo el alcance de la marca con festivales de música e ini-

town Women's Center. El evento también estuvo abierto a los hombres que quisieran asistir.

"Ya era hora de hacer algo como esto", dijo Lykke Li, sobre el festival. "No se trató de excluir a los hombres. En realidad, se trata de crear un futuro y tratar de entender lo que significa ser mujeres y hombres, y aprender y vivir juntos". ■