

Revista Dominical

Oro Prieto: la loca y dulce idea de dos amigas para hacer joyas de chocolate

Por años, Lizzy Gynspan y Ana Joyce Chinchilla fantasearon con tener una chocolatería que vendiera obras de arte comestible. Hoy su negocio avanza, mientras ellas pintan, diseñan, fotografían, mercadean y venden sus deliciosas obras

Por Kimberly Herrera Salazar

14 de mayo 2022, 10:11 AM

Cuando Lizzy Gynspan y Ana Joyce Chinchilla decidieron decorar los chocolates que iban a elaborar con sus propias manos, ingenuamente pensaron que era una tarea sencilla...

Diez horas más tarde, sin embargo, seguían pintando su primer chocolate. Mientras tanto, las paredes y el piso de la cocina de Lizzy estaban llenas de pintura azul, roja, amarilla, verde y cuánto color utilizaron.

Ya era tarde, y aunque aquello parecía un desastre, Ana Joyce se fue a casa satisfecha por lo que habían conseguido luego de pasar todo un día entero pintando un chocolate (y reír hasta el cansancio).



Lizzy Gynspan y Ana Joyce Chinchilla afirman que no hay edad para cumplir un sueño y que ellas son el mejor ejemplo de eso. Ellas son las fundadoras de Oro Prieto. (Mayela Lopez)

Hasta ahora este es (o más bien, era) uno de los secretos mejor guardados de Lizzy y Ana Joyce, pero así fue como realmente inició Oro Prieto, la pequeña fábrica de chocolates que ambas crearon en el

2019.

Oro Prieto es, en sus propias palabras, la consecución de un sueño que tenían pendiente y que habían postergado por muchos años.

“Si uno tiene un sueño, tiene que hacerlo y si no salió, pues no salió y hacemos otra cosa; pero hay que probar, intentarlo y hacer lo que uno realmente desea en la vida”, afirma Lizzy.



La idea de las emprendedoras era hacer un chocolate diferente, es decir, no solo que fuera artesanal y con relleno. Su idea era que cada bombón tuviera la forma de una joya, una obra de arte, que cuando sus clientes lo probaran vivieran una experiencia.



Dos años y medio después pueden decir que hasta ahora han cumplido su cometido. Eso sí, tras haber atravesado una montaña rusa para poder llegar a su meta.

Lizzy y Ana Joyce, de 58 y 62 años respectivamente, comenzaron su emprendimiento tan solo un par de meses antes de que la pandemia obligara al mundo a encerrarse. Tenían grandes proyectos para el 2020 y no estaban dispuestas a dejarlos morir tan fácilmente, al punto que decidieron pasar el confinamiento juntas, con sus familias.



Lizzy Gynspan y Ana Joyce Chinchilla pintan los chocolates de acuerdo al empaque diseñado por diversos artistas, quienes se han unido a su empresa por medio del proyecto 'Sueños compartidos'. (Mayela Lopez)

Al principio creyeron que su proyecto se caería, no obstante, después analizaron que más bien la pandemia era una oportunidad para potenciar las joyas de chocolate que estaban produciendo pues, al fin y al cabo, los vendían por medio de redes sociales.

Han hecho videos bailando, videos explicativos, videos haciendo chocolates y todo lo que ha estado en manos para poder potenciar su marca. Ellas vacilan pues son las que cocinan, las que degustan, las que se hacen su mercadeo, las que hacen los estudios de mercado, las que fotografían el producto y las que lo venden.



“Hasta eso de hacer videos tuvimos que aprender. A mí no me gusta tanto aparecer en las redes, o sea, no tengo problema para desenvolverme, ya eso a mí no me preocupa desde hace muchos años, pero el tema es que no es mi fuerte. Pero bueno, igual ya ni importa, más bien creo que tenemos que hacer más”, confiesa Ana Joyce.

Los asesores

Aunque Lizzy y Ana Joyce son las cocineras, las mercadólogas, las fotógrafas, las artistas y las catadoras de su propio proyecto, existen varias personas las que les dan el visto bueno a cada idea que tienen.



En algunos de los diseños, las emprendedoras usan oro comestible para decorar los chocolates. (Mayela Lopez)

Ellas los llaman “los asesores” y consiste en un grupo de WhatsApp en el que se encuentran los hijos de ambas, así como Carlos, el esposo de Ana Joyce.

Ellos dicen lo que piensan, sin filtro alguno. Ellos mismos fueron los que probaron los primeros chocolates que hicieron y los que dan recomendaciones constantes. Además, de acuerdo con las emprendedoras, son los más críticos a la hora de dar una opinión.

“Uno cree que la familia va a decir: ‘Ay sí, mami. Está muy rico’, pero no: en nuestra familia son demasiado críticos de los dos lados y para nosotros eso era muy importante, porque siempre queríamos que nos dijeran qué les parecía lo que se nos ocurría.

“Por medio del chat les mandábamos fotos y entonces ellos nos decían: ‘Ay no, eso está muy feo’; ‘Quiten eso, ya lo vimos en tal lado’. Sobre los nombres que les ponemos a las colecciones, por ejemplo, siempre les preguntamos qué les parece y ellos nos dicen si está muy polo, o si les gusta. Eso es muy bonito, porque sabemos que somos nosotras dos, pero detrás de nosotros hay un respaldo muy grande. Al final, el apoyo de la familia, de la gente y de los expertos es lo más importante”, asegura Lizzy.

Eso sí, entre risas reconocen que en más de una ocasión los asesores se enojan y las cuestionan: “¿Para qué nos preguntan y nos desconcentran si al final hacen lo que les da la gana?”.



Lizzy Gynspan es chef y por años buscó tener una chocolatería como Oro Prieto. (Mayela Lopez)

Lo cierto es que ellos son los catadores, los que las impulsan a hacer videos e incluso son quienes las graban y les dan ideas para innovar. También, son los que cuando regresan a casa les preguntan si les sobró algún pedacito de chocolate para quitarse el antojo.

Revolucionando la chocolatería

Desde el inicio, la idea de Lizzy y Ana Joyce fue hacer chocolates poco comunes pero que también fueran un placer para el paladar. Así comenzaron a probar sabores para los rellenos y los tipos de chocolate, pues la idea es que el amargo se mezcle con el dulce y el ácido, y que los bombones sean una verdadera experiencia.

Trabajan con chocolate de 70%, 80% y 100%; también con chocolate con leche, de café y blanco. Para los rellenos, por su parte, utilizan todo tipo de frutas, semillas y licores para crear, por ejemplo, bombones de ganache de mora perfumado con limón; ganache de café y caramelo; ganache de

amaretto y almendras tostadas; ganache de maracuyá con romero y ganache de tamarindo con un toque de chile picante.

Ellas tenían claro que querían hacer un producto único, y aunque sabían que vender su producto como una joya comestible era ya un *check* en su lista de deseos, faltaba darle el punto al sabor. Para llegar a eso y al tipo de bombones que querían, recorrieron el país junto con sus asesores probando los chocolates de las diferentes confiterías del país.



Ana Joyce Chinchilla es fotógrafa de profesión y ha aprendido de la chocolatería en el camino. (Mayela Lopez)

Por otro lado, cuando pensaron en Oro Prieto como nombre para su emprendimiento, tomaron en cuenta todo lo que ese pequeño bombón significaba.

“Ouro Preto es una ciudad en Brasil de dónde se sacan piedras preciosas. Ahí hay de todo tipo de piedras que uno se pueda imaginar: cuarzo, zafiro, aguas marinas... y a las dos nos gustó como sonaba en español.

“Entonces, fue una idea de que el oro y el chocolate son productos maleables, transformables, ambos han sido joyas en diferentes épocas en la historia costarricense. El oro fue intercambio para pago y el cacao también fue moneda de pago durante muchos años; y todo eso calzó perfecto con nuestra idea,

pues el oro nosotras lo usamos para muchas de nuestras piezas como oro comestible, polvo de oro o lámina de oro”, cuenta Lizzy.

Sus joyas comestibles ahora tienen diferentes formas, gracias a varios moldes que han ido adquiriendo en países como Brasil y Estados Unidos. Ellas pintan cada espacio en los moldes con pintura comestible que ellas mismas fabrican y, posteriormente, temperan el chocolate para hacer una concha que después rellenan y tapan.

“Estamos locas. La verdad es que yo durante muchos años hice arte, pinté porcelana, pinté cerámica, hice óleo y acrílico, entonces para mí el manejo del pincel es bastante fácil, no se me complica tanto. Y Ana también hizo pintura e incursionó en el arte, es decir, las dos tenemos esa facilidad”, dice Lizzy.



Lizzy Grynspan y Ana Joyce Chinchilla se las han ingeniado para pintar y diseñar cada uno de los chocolates. (Mayela Lopez)

Sueños compartidos

El simple hecho de tener su emprendimiento vivo y que estuviera creciendo satisfactoriamente era un sueño cumplido para las artistas; sin embargo, con la llegada de la pandemia, pensaron que era un buen momento para apoyarse mutuamente con otros artistas. Fue entonces que nació ‘Sueños compartidos’.

Este proyecto consistía en hacer alianzas con artistas de otras áreas como pintores, escultores y muralistas para que ellos diseñaran el empaque de los chocolates y, a partir de ellas, pudieran hacer sus dulces joyas. Además, les preguntaban a los artistas qué chocolates, frutas, semillas y licores les gustaban para que los bombones de esa edición tuvieran la esencia del artista.

“Muchas veces los artistas no son valorados y lo que nosotros estamos vendiendo son experiencias sensoriales, experiencias gastronómicas, un tipo de arte diferente. Lo que tratamos fue hacer alianzas con esos pintores que, aunque sean muy conocidos, tal vez no le llegan a todo el mundo”, agrega Ana Joyce.

Con ‘Sueños compartidos’, las damas de Oro Prieto trabajaron con artistas como Byron Balmaceda, Carlos Tapia y Daniela Vargas. Además, en proceso se encuentra una colección limitada con Isidro Wong, Adrián Gómez, Julio César Valverde, Marcia Salas y Rolando Garita.

Ellos, incluso, les dan recomendaciones y consejos sobre los chocolates, para potenciar la venta de los bombones.

“El resultado y la satisfacción que nos están dando los proyectos que tenemos en mente es muy importante, y ver que artistas que ya están consolidados nos dicen: ‘claro, las apoyamos’; ‘lo están haciendo bien’; o ‘qué necesitan’, es impresionante”, dice Ana.

En ese sentido, Lizzy añade que “cuando otras personas creen en vos realmente uno entiende que está haciendo algo bueno y creo que eso fue lo que ‘Sueños compartidos’ nos dio a Ana y a mí: creer un poquito más en nosotras, porque a pesar de que ya sabemos que estamos haciendo un buen producto, que otros nos lo digan nos hace pensar: ‘pucha, qué bonito’”.



Los chocolates de Oro Prieto son una mezcla de arte, sabor y diseño. (Mayela Lopez)

Sin embargo, su proyecto no se queda allí, pues las emprendedoras han logrado conquistar a empresas como Flor de Caña, Fifco y algunos hoteles que les piden chocolates específicos para algunos eventos corporativos. Este es otro reto para ellas, pero lo asumen sin temor alguno.

“Con este proyecto nos sentimos mujeres exitosas, porque nos ha enseñado a ser perseverantes, porque hay días que son muy difíciles y muy cansados, pero hay que seguir. Nosotras no tenemos 30 años y eso no importa, aprendimos a que no hay edad para hacer las cosas, ni para comenzar proyectos. Y eso es lo que finalmente queremos transmitir”, afirman Lizzy y Ana Joyce, mientras vacilaban entre ellas.

Muy risueñas confiesan que, por ahí, tienen un chocolatito guardado para comerse después del almuerzo.