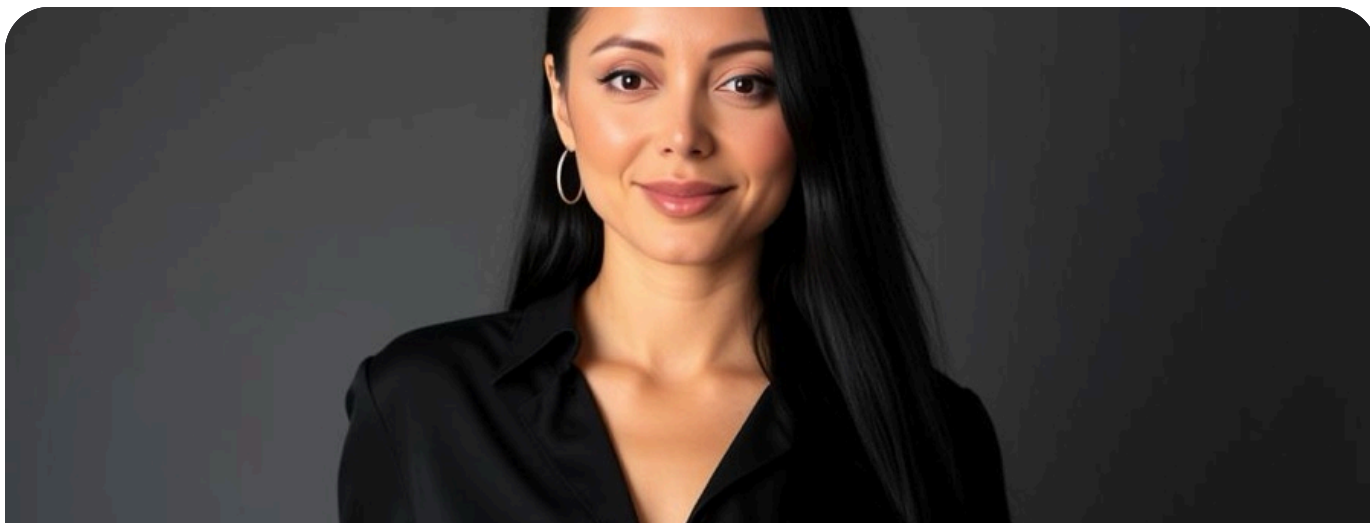




MANUAL DE IDENTIDAD · V1.0

Marketing operator, *not a guru.*

La marca personal de Ang3lica Coli3n. Monterrey → San Francisco: sistemas de marketing que s3 funcionan, con IA aplicada y cero paciencia para m3tricas de vanidad.

Identidad vigente · 31 de julio de 2026 · San Francisco, CA

La misma *fire*, escenario más grande.

Angélica Coli3n es una operadora de marketing, no una coach. Ocho a3os construyendo sistemas digitales para marcas que querían resultados, un portafolio de 50+ marcas, y ahora la misma operaci3n desde San Francisco. La marca personal no vende motivaci3n: vende criterio y sistema.

Operadora

Habla desde lo que opera hoy, no desde la teoría.

Bicultural

Mexicana en el Bay Area. Las dos identidades, sin diluir ninguna.

Directa

Nombra lo que no funciona. Sin rodeos ni humo.

Cercana

Vulnerabilidad real, no confesi3n performativa.

Es una marca personal, no la agencia. Vector89 tiene su propia identidad (navy + lime) y su propio Brand Kit. Aqu3 manda ella: lavanda, crema y su cara. Cuando el contenido es de agencia, se usa el sistema de Vector89.

Dos puertas, un mismo criterio.

I:I Advisory

Mentoría semanal, acceso directo, cupo limitado. Para fundadores y operadores que no necesitan una agencia completa — necesitan a alguien que ya estuvo ahí, que les rete el pensamiento y les enseñe el stack de IA.

Agency systems

Equipo completo, done for you, con agentes de IA operando el marketing como sistema. Tres niveles: contenido, crecimiento u operación completa. Es la misma oferta de Vector89.

Los precios, los cupos y los niveles cambian por temporada: viven en **angelicacolion.com**, no en este manual. Aquí nunca se publican cifras.

Su nombre, en serif italiano.

Angélica Colión

SAN FRANCISCO

Composición oficial

No hay isotipo: la marca **es su nombre**, en Cormorant Garamond medium, con el acento siempre presente en **Angélica** y en **Colión**. Debajo, un filete lavanda y la ciudad en DM Sans mayúsculas espaciadas.

Se construye en tipografía viva, no como imagen. Eso mantiene el acento correcto y permite recolorarlo sin perder calidad.

Angélica
Colión

SAN FRANCISCO

TINTA SOBRE CREMA

Angélica
Colión

SAN FRANCISCO

CREMA SOBRE TINTA

Angélica
Colión

SAN FRANCISCO

SOBRE LAVANDA PÁLIDO

El acento no se negocia

"Angélica Colión" lleva sus dos acentos siempre. Escribirlo sin ellos es escribir mal su nombre.

Área de protección

Un espacio libre equivalente a la altura de la "A" alrededor de todo el bloque.

Nunca

No se abrevia a "AC", no se convierte en monograma y no se sustituye por un ícono.

Lavanda editorial sobre papel cálido.

Tomados de **angelicacolion.com**, que es la fuente de verdad del sistema.

Crema

#F5F0E8 · rgb(245,240,232)

Fondo principal.

Lavanda

#7B6FE0 · rgb(123,111,224)

Color de marca: acentos, links, filetes.

Tinta

#1A1820 · rgb(26,24,32)

Texto y fondos oscuros. Nunca negro puro.

Papel

#FFFBF0 · rgb(255,251,240)

Amarillo cálido tipo Apple Notes: tarjetas y notas.

Lavanda suave

#B5ACEF · rgb(181,172,239)

Acento sobre fondos oscuros.

Lavanda fondo

#E8E2F5 · rgb(232,226,245)

Bloques y destacados suaves.

70 · CREMA

20 · TINTA

10 · LAVANDA

Serif que afirma, sans que opera.

DISPLAY · CORMORANT GARAMOND

Systems, *not posts*.

Titulares y frases de posicionamiento. Peso 500, interlineado casi 1. La itálica marca el giro de la frase.

TEXTO · DM SANS

Weekly mentorship + AI
playbook.

Cuerpo, botones, etiquetas y datos.
Etiquetas en mayúsculas con tracking .16em.

Su sistema de historias usa hoy **Inter + Instrument Serif**, que no coincide con el sitio.
Unificar a Cormorant + DM Sans es un pendiente abierto — ver la nota al pie.

Habla como *DM*, no como post.

Directa

Frases cortas.
Dice el problema
por su nombre.

Vulnerable de verdad

Comparte lo que
costó, no una
versión pulida.

Provocadora

Empuja a la
acción sin culpar
a quien la lee.

Bilingüe

Español e inglés
se mezclan como
los habla, no
como los traduce.

“I'm a marketing operator, not a guru.”

Inglés de California, no de libro de texto. Se escribe como se habla en el Bay Area — con su slang y su ritmo — nunca con gramática básica de manual. Y **nunca se inventan cifras ni datos de su vida personal**: si el dato no está confirmado, no se publica.

Ella, siempre.



Foto principal del sitio: ella, en contexto real.



Retrato para perfiles, prensa y firma.

Regla dura: en marca personal nunca se usa stock con personas. Una foto de banco con una mujer se lee como si fuera ella, y no lo es. Solo fotos propias — o imágenes sin gente (lugares, objetos, texturas).

Consistencia sin volverla rígida.

✓ Sí

- Mucho aire: el diseño respira más de lo que llena.
- Lavanda como acento, nunca como fondo dominante.
- Sus fotos reales, en contexto.
- Español e inglés mezclados con naturalidad.
- Hablar de sistemas y resultados medibles.

× No

- Stock de personas: nunca en marca personal.
- Mezclar su identidad con la de Vector89 (navy + lime) en la misma pieza.
- Inventar cifras, fechas o datos de su vida.
- Tono de coach motivacional o “guru”.
- Abreviar su nombre o quitarle los acentos.

Dónde vive la marca.

Sitio

angelicacolion.com

Instagram

[@angelica.colion](https://www.instagram.com/angelica.colion)

Link in bio

bio.angelicacolion.com

Brand Kit · Vector89

La identidad de la agencia, aparte

Angélica Coli3n · Manual de identidad v1.0 — 31 de julio de 2026.

Construido desde angelicacolion.com (paleta y tipografía), el motor de historias y la ficha del tenant.

Cuenta interna: per la.