ONAMARA

NUMEROLOGÍA PITAGÓRICA · MAPA DE MARCA

INFORME NUMEROLÓGICO INTEGRAL

ONAMARA

Fecha de nacimiento de la marca: **07 / 02 / 2025** (primera publicación)

Creadora: **María del Mar Soñora Vinade**

Con lectura del vínculo entre la creadora y su marca

ONAMARA · NOVIEMBRE 2026

ANTES DE EMPEZAR

Cómo leer este informe

Una marca también tiene un nombre que suena, que se escribe y que se muestra al mundo, y un momento en el que nace. Este informe aplica la numerología pitagórica a ONAMARA para explorar qué vibración transmite su nombre, qué camino le propone su fecha de nacimiento y cómo dialoga con la persona que la ha creado.

Como en cualquier mapa, los números no predicen el éxito ni el fracaso de un proyecto. Muestran tendencias: energías que la marca puede expresar en su luz o en su sombra, según cómo se cuiden. No hay números buenos ni malos, y no hay nombres «mejores» que otros: hay nombres que encajan más o menos con lo que se quiere transmitir.

Los cálculos siguen el método pitagórico y se muestran completos. Los números maestros (11, 22 y 33) se conservan; el resto se reduce hasta una sola cifra. Como fecha de nacimiento de la marca se toma su primera aparición pública: la primera publicación en Instagram, el 7 de febrero de 2025. De esa fecha salen su Destino y su Karma, las actitudes que la marca viene a equilibrar, y se comprueba si tiene algún número kármico (13, 14, 16 o 19).

Un nombre de marca es una sola palabra, así que el mapa no incluye la lectura de nombre propio y apellidos. A cambio, incluye un apartado dedicado al vínculo entre Mar y ONAMARA.

ÍNDICE

· El mapa de un vistazo

A El nombre — Personalidad

B Yo interno — Alma

C Yo externo — Proyección externa

D Misión

E Fecha de nacimiento — Destino

F Karma y números kármicos

G Números carentes y repetidos

H Números maestros

I Regente planetario

J Los tres planos

K Mar y ONAMARA: el vínculo

L Lectura integrada y síntesis final

RESUMEN

El mapa de un vistazo

POSICIÓN	NÚMERO	EN POCAS PALABRAS
Personalidad (todas las letras)	**27 / 9**	Una marca de servicio, compasión e ideales
Alma (vocales)	**9**	Nace del deseo de servir y acompañar
Proyección externa (consonantes)	**18 / 9**	Se muestra sólida y, a la vez, humana
Misión (Alma + Proyección)	**9 + 9 = 18 / 9**	Acompañar con una visión amplia y generosa
Destino (fecha de nacimiento)	**7 + 2 + 9 = 18 / 9**	Aprender a ser humanitaria, tolerante y compasiva
Karma (fecha de nacimiento)	**9**	Equilibrar la generosidad y los ideales
Números kármicos	**Ninguno**	No aparecen en el Alma ni en el Destino
Números carentes	**2, 3, 7 y 8**	El 3, la expresión, es el que más trabajo pide
Número repetido («plus»)	**1**	Iniciativa y voz propia
Números maestros	**Ninguno**	—
Regente planetario	**Marte**	Acción, coraje, defensa de una causa
Tres planos	**3 · 4 · 0**	Predomina el plano de los vínculos

Alma, Proyección, Misión, Personalidad, Destino y Karma: seis posiciones, un mismo número. ONAMARA es una marca 9.

Formato de los números: «18 / 9» significa que la suma original es 18 y su reducción, 9. En un número de dos cifras, la de la derecha es la que más se ve y la de la izquierda la matiza.

A · EL NOMBRE

Personalidad

Las herramientas con las que la marca recorre su camino

La Personalidad es el «vehículo» de la marca: los recursos y cualidades con los que cuenta para relacionarse con el mundo. Se calcula sumando todas las letras de su nombre.

Onamara

O	N	A	M	A	R	A
6	5	**1**	4	**1**	9	**1**

Vocales **9** · Consonantes **18** · Total **27**

■ vocal (Yo interno) □ consonante (Yo externo)

> Suma de todas las letras: O6 + N5 + A1 + M4 + A1 + R9 + A1 = 27 → 2 + 7 = **9**

> Vocales: 6 + 1 + 1 + 1 = 9 · Consonantes: 5 + 4 + 9 = 18 · Comprobación: 9 + 18 = 27 ✓

QUÉ REPRESENTA EL 9

27/9
PERSONALIDAD
Regente: Marte

La Personalidad de ONAMARA vibra en 9: idealismo y sabiduría al servicio de la humanidad. Es el número de los ideales, del interés universal, de la luz interior y de la calidad del ser. Integra la experiencia de todos los números anteriores y la pone al servicio de los demás: tolerancia, compasión, apertura de mente y de espíritu.

En el 27 domina el 7 (reflexión, profundidad, espiritualidad) y lo matiza el 2 (sensibilidad, cooperación). Es un 9 que se construye desde la mirada interior y la escucha.

CÓMO PUEDE EXPRESARSE

Una marca con Personalidad 9 se reconoce por su propósito: no es solo un servicio, sino una manera de acompañar a las personas en su crecimiento. Transmite calidez, amplitud de mirada y sensibilidad. Es un nombre que invita a confiar, porque comunica que detrás hay algo más grande que una transacción.

Dones

- Un propósito claro de servicio.
- Calidez, compasión y tolerancia.
- Profundidad y sentido espiritual (el 7 dominante).
- Capacidad de inspirar desde los valores.

Posibles sombras

- Idealismo que dificulta concretar la oferta.
- Querer llegar a todo el mundo y diluir el mensaje.
- Dar mucho y valorar poco lo que se ofrece.
- Impulsividad en las decisiones.

QUÉ PUEDE AYUDAR A EQUILIBRARLO

Dar al ideal una forma concreta: saber exactamente a quién acompaña la marca, qué ofrece y con qué valor. El 9 florece cuando su generosidad tiene límites claros.

PREGUNTA DE REFLEXIÓN

Si ONAMARA tuviera que explicar en una frase a quién sirve y para qué, ¿qué diría?

B · YO INTERNO

Alma

El deseo profundo del que nace la marca

Vocales: O6 + A1 + A1 + A1 = **9**

El Alma de una marca es su motivación más profunda, el porqué que la sostiene. El de ONAMARA es 9: un yo profundo de grandes ideales, humanitario, altruista y de ideas visionarias. La marca nace del deseo de aportar algo positivo a la vida de otras personas.

Llama la atención cómo se construye: tres A (el 1, la iniciativa) y una O (el 6, el cuidado). Iniciativa y cuidado, juntos, dan un deseo de servir.

9
ALMA
Regente: Marte

Dones y potencialidades

- Una motivación auténtica y generosa.
- Sensibilidad hacia lo que viven las personas.
- Visión amplia del propio trabajo.

Aspectos a equilibrar

- Que el ideal no se convierta en exigencia.
- Cuidar que la entrega no agote a quien sostiene la marca.

PREGUNTA DE REFLEXIÓN

¿Qué necesidad de las personas quiere atender ONAMARA, más allá de los servicios concretos que ofrece?

C · YO EXTERNO

Proyección externa

Cómo se muestra la marca y cómo la perciben

Consonantes: N5 + M4 + R9 = 18 → 1 + 8 = **9**

La Proyección externa es la cara visible de la marca: cómo la percibe su público. La de ONAMARA vuelve a ser 9: altruismo, apertura humanitaria, sensibilidad y una visión universal de las cosas.

En el 18 se ve primero el 8 (solidez, organización, realización, capacidad de concretar) y lo matiza el 1 (iniciativa, originalidad). Es decir, la marca puede mostrarse profesional y sólida, y a la vez humana y generosa. Es una combinación muy valiosa para generar confianza.

18/9
PROYECCIÓN
Regente: Marte

Dones y potencialidades

- Imagen de rigor y solidez (8 visible).
- Calidez y propósito (9).
- Originalidad (1).

Sombras o dificultades

- Que la solidez del 8 se perciba como distancia.
- Que el idealismo del 9 deje poco claro qué se ofrece.

PREGUNTA DE REFLEXIÓN

¿Qué quieres que sienta una persona la primera vez que ve el nombre y la imagen de ONAMARA?

D · ALMA + PROYECCIÓN

Misión

Cómo actúa la marca para lograr sus objetivos

Alma 9 + Proyección 18 / 9 → 9 + 9 = 18 → 1 + 8 = **9**

Comprobación con las cantidades originales: 9 + 18 = 27 → 9.

18/9
MISIÓN
Regente: Marte

La Misión 9 es rica en potenciales de sensibilidad, altruismo, disponibilidad espiritual y visión humanitaria: siempre dispuesta a servir a los demás, aunque no soporta las limitaciones y necesita abrir fronteras.

Cuando Alma y Proyección coinciden, como aquí, la marca tiene una gran coherencia: lo que desea por dentro y lo que muestra por fuera dicen lo mismo. Su misión podría formularse así: acompañar a las personas a comprenderse, con generosidad y una mirada amplia.

El desafío de una Misión 9 en una marca es no querer abarcarlo todo: elegir, poner límites y definir bien su campo de acción para que su generosidad llegue de verdad a quien la necesita.

PREGUNTA DE REFLEXIÓN

¿Qué es lo que ONAMARA no va a hacer, para poder hacer muy bien lo que sí hace?

E · FECHA DE NACIMIENTO

Destino

Lo que la marca viene a aprender

Fecha de nacimiento de la marca: 07 / 02 / 2025 (primera publicación en Instagram)

Día: 7 · Mes: 2 · Año: 2 + 0 + 2 + 5 = 9

7 + 2 + 9 = 18 → 1 + 8 = **9**

18/9
DESTINO
Regente: Marte

El Destino de ONAMARA es 9: debe aprender a ser humanitaria, tolerante y compasiva. Es la hoja de ruta de la marca: el aprendizaje que le propone su camino.

En el 18 vuelve a aparecer el 8 como cifra dominante, matizado por el 1. El camino de la marca pide realización y concreción (8) al servicio de un propósito humanitario (9).

APRENDIZAJES, POTENCIALIDADES Y DESAFÍOS

Aprendizajes. Sostener un propósito amplio con los pies en la tierra; servir sin perder el centro; cerrar ciclos para abrir otros.

Potencialidades. Una marca con capacidad de inspirar, de crear comunidad alrededor de valores compartidos y de acompañar procesos profundos.

Desafíos. En su sombra, el 9 puede traer exceso de idealismo, falta de concreción o desgaste por querer llegar a todos.

LOS CEROS DE SU FECHA

La fecha de nacimiento de ONAMARA tiene tres ceros (07, 02 y 2025). El cero es potencial puro: acompaña al número que tiene al lado y puede llenarse de toda su energía, siempre que se trabaje con conciencia. Aquí acompaña al 7 (la profundidad), al 2 (la sensibilidad) y al año. Tantos ceros hablan de una marca con mucho potencial todavía por manifestar: un campo abierto que se irá llenando de luz con el trabajo y la constancia.

LOS NÚMEROS DE SU FECHA

La marca nació un día 7, en el mes 2, en un año 9: profundidad, sensibilidad y servicio. Son, precisamente, los números que dan el tono al mapa de su creadora (lo verás en el apartado K).

PREGUNTA DE REFLEXIÓN

¿Qué potencial de ONAMARA sientes que todavía no se ha manifestado y está esperando su momento?

F · KARMA

Karma y números kármicos

Lo que la marca viene a equilibrar

El Karma nace de la fecha de nacimiento y muestra las actitudes que se tienden a repetir hasta que se equilibran con conciencia; cuando se trabaja, se transforma en Dharma. El de ONAMARA es 9.

9
KARMA
Regente: Marte

Karma 9: la generosidad, la tolerancia, la comprensión, la toma de conciencia universal y una expresión serena y compasiva de los sentimientos y los ideales.

Para una marca, el Karma 9 puede vivirse como el reto de equilibrar el dar y el recibir: ofrecer con generosidad sin regalar el propio trabajo, sostener los ideales sin volverlos rígidos y expresar el propósito con serenidad, sin necesidad de convencer a todos.

NÚMEROS KÁRMICOS: NINGUNO

POSICIÓN	CÁLCULO	¿NÚMERO KÁRMICO?
Alma	9	No
Destino	7 + 2 + 9 = 18 → 9	No

Ni el Alma ni el Destino pasan por un 13, 14, 16 o 19: ONAMARA no tiene números kármicos.

PREGUNTA DE REFLEXIÓN

¿Dónde está hoy el equilibrio entre lo que ONAMARA da y lo que recibe a cambio?

G · TABLA NUMEROLÓGICA

Números carentes y repetidos

Potencialidades y energías de serie

Se cuenta cuántas veces aparece cada valor del 1 al 9 entre las 7 letras del nombre. Los números ausentes son potencialidades; los que aparecen tres veces o más, un «plus».

NÚMERO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Veces	3	**0**	**0**	1	1	1	**0**	**0**	1
Letras	A A A	—	—	M	N	O	—	—	R

Total: 3 + 1 + 1 + 1 + 1 = 7 letras ✓

NÚMERO «PLUS»: EL 1

Las tres A dan al nombre un 1 muy presente: iniciativa, voz propia, originalidad, capacidad de abrir camino. ONAMARA es una marca con personalidad, que no imita. En exceso, el 1 puede volverse autosuficiencia: hacerlo todo sola.

NÚMEROS CARENTES: 2, 3, 7 Y 8

Al ser un nombre corto, es normal que falten varios números. Lo importante es comprobar si aparecen en el resto del mapa:

NÚMERO	¿APARECE EN ALMA, PERSONALIDAD O DESTINO?	LECTURA
2	Sí: en la Personalidad (27) y en el mes de nacimiento	Más fácil de trabajar
7	Sí: dominante en la Personalidad (27) y día de nacimiento	Más fácil de trabajar
8	Sí: dominante en el Destino (18)	Más fácil de trabajar
3	No aparece en ninguna posición	La carencia que más trabajo pide

EL 3 · LA EXPRESIÓN

El 3 es expresión, creatividad, comunicación, alegría y vínculo con el entorno social. Ante su carencia, pueden aparecer dificultades de expresión y comunicación, rigidez o cierta seriedad excesiva.

Karma 3: la autoexpresión, la creatividad, la comunicación, la autovaloración y el optimismo. Para una marca, que vive de comunicar, es un aspecto clave: la invitación es cuidar especialmente cómo se cuenta ONAMARA, con cercanía, creatividad y un toque de alegría que equilibre la profundidad del 7 y la seriedad del 8.

EL 2, EL 7 Y EL 8 · PRESENTES EN EL RESTO DEL MAPA

El 2 (sensibilidad, cooperación) y el 7 (profundidad, reflexión) forman la Personalidad 27, y el 8 (realización, solidez) domina el Destino y la Proyección 18. Aunque no estén en las letras, son energías activas en la marca.

PREGUNTA DE REFLEXIÓN

¿Cómo podría ONAMARA comunicar su profundidad con más ligereza, creatividad y alegría?

H · MAESTROS

Números maestros

El mapa de ONAMARA no tiene números maestros (11, 22 o 33) en ninguna posición. Su fuerza no está en la intensidad del maestro, sino en la coherencia: el mismo número, el 9, repetido en todas sus posiciones principales.

I · REGENTE

Regente planetario: Marte

La energía que más influye en la marca

El regente de mayor influencia es el del número de la Personalidad. La de ONAMARA es 9, regida por Marte: el planeta de la acción, el coraje y la defensa de los ideales. Se relaciona con el espíritu de combate por los grandes ideales, la creatividad, las ideas brillantes, el amor por los demás y la fuerza para luchar por una causa.

9
PERSONALIDAD
Regente: Marte

Dones

- Entrega y pasión por una causa.
- Coraje para abrir caminos.
- Energía para defender lo que se cree.

Sombras

- Impulsividad.
- Conflicto o confrontación.
- Desgaste por luchar en demasiados frentes.

En ONAMARA, Marte aporta la fuerza para que el propósito no se quede en un ideal: es la energía que pone en movimiento la marca y la lleva al mundo.

Energía de apoyo: el número que más se repite en el nombre es el 1 (tres veces), regido por el Sol: identidad, originalidad e iniciativa.

PREGUNTA DE REFLEXIÓN

¿Por qué causa está dispuesta a «dar la batalla» ONAMARA?

J · TABLA ALFANUMÉRICA

Los tres planos

PLANO	LETRAS	TOTAL
Primer plano (A–I)	A · A · A	3
Segundo plano (J–R)	O · N · M · R	4
Tercer plano (S–Z)		0

El segundo plano (4 letras: O, N, M, R) es el predominante: la marca se orienta hacia los vínculos, la responsabilidad y la comunidad. El primer plano (las tres A) aporta iniciativa y decisión. El tercer plano está vacío: no hay letras entre la S y la Z.

Esto no significa que la marca carezca de dimensión espiritual o humanitaria; al contrario, todo su mapa vibra en 9, el número más humanitario de todos. El nombre se apoya en los vínculos para llevar ese propósito a las personas.

K · CREADORA Y MARCA

Mar y ONAMARA: el vínculo

Cómo dialoga la numerología de quien crea con la de lo creado

Una marca personal es una extensión de quien la crea. Comparar los dos mapas permite ver qué lleva la marca de su creadora, qué le aporta de nuevo y dónde comparten aprendizajes.

	MARÍA DEL MAR SOÑORA VINADE	ONAMARA
Alma	45 / 9	9
Proyección	79 / 16 / 7	18 / 9
Misión	9 + 7 = 16 / 7	9 + 9 = 18 / 9
Personalidad	124 / 7	27 / 9
Destino y Karma	4	9
Regente	Neptuno	Marte
Carentes	2, 7, 8	2, 3, 7, 8
Planos	11 · 10 · 2	3 · 4 · 0

1. La marca lleva fuera el alma de su creadora

El Alma de Mar es 9: su deseo más profundo es servir y acompañar desde la compasión. ONAMARA es un 9 en todas sus posiciones. Simbólicamente, la marca es la forma en que el deseo íntimo de Mar sale al mundo: lo que en ella vive por dentro, en ONAMARA se muestra por fuera.

2. El nombre guarda a su creadora

Dentro de ONAMARA está escrito MAR (M4 + A1 + R9 = 14 → 5), la misma vibración que el nombre propio de su creadora, María del Mar (50 / 5): libertad, movimiento, búsqueda. Las otras letras, O-N-A, suman 12 → 3: la expresión, justo el número que la marca necesita trabajar.

3. La fecha de nacimiento de la marca refleja a Mar

ONAMARA nació un día 7, el número principal de Mar (su Personalidad, su Proyección y su Misión); en un mes 2, una de sus carencias, la sensibilidad; y en un año 9, su Alma. Y en la Personalidad de la marca (27) vuelven a aparecer el 2 y el 7.

4. La marca aporta lo que a Mar le falta en las letras

El 8 —realización, concreción, valoración de lo que se hace— no aparece en las letras de Mar ni en sus posiciones principales. En ONAMARA, en cambio, el 8 es la cifra dominante de la Proyección y del Destino (18). Simbólicamente, la marca puede ser el espacio donde Mar ejerza esa energía de solidez, profesionalidad y valor que su mapa le invita a desarrollar. No es una relación de causa y efecto, sino una invitación.

5. Dos regentes que se complementan

El regente de Mar es Neptuno: intuición, profundidad, mirada interior. El de ONAMARA es Marte: acción, coraje, defensa de una causa. Mar aporta a la marca la profundidad; la marca aporta a Mar la fuerza para salir al mundo. El reto es que Neptuno no se pierda en la reflexión y que Marte no se desgaste en la acción.

6. Destinos complementarios

El Destino de Mar es 4: estructura, método, constancia. El de ONAMARA es 9: servicio humanitario. Mar aporta a la marca la estructura que el 9 necesita para no dispersarse; la marca da a Mar un propósito amplio en el que poner esa estructura al servicio de otros.

7. Aprendizajes compartidos

Creadora y marca comparten las carencias 2, 7 y 8, lo que puede leerse como un camino de crecimiento común. ONAMARA añade la del 3, la expresión: la marca invita a Mar a comunicar con más ligereza y creatividad lo que ella vive con profundidad. Las dos se apoyan en el plano de los vínculos y la comunidad.

PREGUNTA DE REFLEXIÓN

¿Qué parte de ti, Mar, sientes que vive en ONAMARA, y qué te está enseñando la marca que todavía no habías desarrollado?

L · SÍNTESIS

Lectura integrada y síntesis final

ONAMARA es una marca 9. Su Alma, su Proyección, su Misión, su Personalidad, su Destino y su Karma vibran en el mismo número: el del servicio, la compasión, la tolerancia y la mirada amplia. Es un mapa de una coherencia poco frecuente: lo que la marca desea, lo que muestra, lo que hace y lo que viene a aprender apuntan en la misma dirección.

Su regente, Marte, le da fuerza para defender su propósito; el 1 repetido, voz propia; y el 8 que domina su Proyección y su Destino, la posibilidad de mostrarse sólida y profesional. Su gran invitación es la del 3: comunicar con cercanía, creatividad y alegría, para que su profundidad llegue a las personas. Y su Karma 9 le recuerda el equilibrio entre dar y recibir.

En el vínculo con su creadora, ONAMARA lleva hacia fuera el Alma 9 de Mar, guarda su nombre dentro, nació en una fecha que refleja sus números y le ofrece un espacio para desarrollar la energía del 8 que su mapa le invita a cultivar.

Una marca que sirve (9) con solidez (8), voz propia (1) y la fuerza de Marte, que nace del alma de quien la crea.

Ningún número de este mapa es una garantía ni una sentencia. Son tendencias que la marca, y quien la sostiene, eligen cómo transitar.

PREGUNTAS PARA SEGUIR EXPLORANDO

¿A quién sirve ONAMARA y para qué, en una sola frase?
¿Qué no va a hacer ONAMARA, para poder hacer muy bien lo que sí hace?
¿Cómo puede comunicar su profundidad con más ligereza y alegría?
¿Dónde está hoy el equilibrio entre lo que la marca da y lo que recibe?
¿Qué está enseñando ONAMARA a su creadora?