



Real Betis presenta la primera camiseta fabricada con naranjas con aroma a azahar

Posted on Febrero 19, 2026

Por Victoria H.M.

Real Betis presenta la primera camiseta fabricada con naranjas dentro de su campaña Forever Green para poner en valor el patrimonio natural urbano. La prenda, que se estrenará ante el Rayo Vallecano, convierte **residuos orgánicos en innovación textil** con mensaje ambiental.

El diseño integra fibra procedente de pieles de naranja, lyocell y poliéster reciclado, elimina plástico virgen y añade una tecnología aromática sostenible que **libera olor a azahar al rascar**. La acción vincula fútbol y clima para reivindicar el papel de los naranjos como pulmones de los barrios sevillanos.

Las cáscaras de naranja, procedentes de la industria alimentaria, se someten a un proceso de transformación que permite generar un hilo técnico resistente, transpirable y apto para el alto rendimiento deportivo. Este material se mezcla con fibras recicladas para garantizar **comodidad, durabilidad y prestaciones profesionales**.

El club destaca que el fútbol, por su **enorme alcance social**, puede funcionar como altavoz para

promover hábitos responsables entre aficionados y patrocinadores.

Real Betis presenta la primera camiseta fabricada con naranjas como símbolo de sostenibilidad urbana

La equipación sostenible incorpora fibra de piel de naranja, tecnología scratch and sniff y un mensaje climático centrado en los árboles urbanos.

El Real Betis Balompié, a través de su plataforma de sostenibilidad ambiental Forever Green que busca involucrar al mundo en la lucha contra el cambio climático a través del fútbol, presenta una camiseta pionera fabricada con naranjas para visibilizar la importancia de los espacios verdes urbanos.

Se trata de una nueva equipación Hummel que el club verdiblanco vestirá en la jornada 25 de LaLiga contra el Rayo Vallecano para **poner en valor el patrimonio natural metropolitano como garantía de descenso de temperaturas, refugio climático y calidad de vida en las ciudades.**

Además, los dorsales de la camiseta cuentan con un diseño perforado, inspirado en la textura de la piel de naranja, que incorporan la tecnología scratch and sniff, una tinta sostenible y 100% libre de químicos que, al rascar, libera olor a azahar, **símbolo de la ciudad**, con el objetivo de que este mensaje concienciador no solo se pueda ver sino también respirar.

Tecnología aromática inspirada en el azahar

Esta innovación ha sido posible gracias al **fabricante especializado STAHL TPT**, que vuelve a sumarse al compromiso de Forever Green encargándose también de crear los nombres y sponsors que lucirán los jugadores.

Enmarcada en **la campaña ‘La vida en verde comienza en el barrio’**, elaborada junto con la agencia Officer & Gentleman, el objetivo de esta acción es sensibilizar sobre el papel que juegan los árboles, y concretamente los naranjos, legado del paisaje urbano hispalense, ya que aportan sombra a las calles y plazas, ayudan a **mitigar el efecto isla de calor** y representan una seña de identidad cultural.

También suponen un pilar fundamental como sistema de drenaje natural **gestionando el exceso de agua de lluvia de forma eficiente.**

Plaza de Doña Elvira como escenario simbólico

La **emblemática Plaza de Doña Elvira** ha sido el escenario elegido esta mañana para la presentación de la nueva equipación bética.

En un acto cargado de simbolismo, Joaquín Sánchez, leyenda del Club y actual consejero, junto con Rafael Gordillo, presidente de la **Fundación Real Betis Balompié**, han protagonizado el momento más emotivo al alzar en brazos a un niño de la Escuela Betis para que rescatara la camiseta de entre las ramas de uno de los tradicionales naranjos de la plaza.

Y es que el evento ha girado en torno al **concepto ‘crecer en verde’**, vinculando el modelo de cantera del Real Betis Balompié con la sostenibilidad urbana.

Según Rafa Muela, gerente de la Fundación Real Betis Balompié, “nuestro proceso de aprendizaje trasciende lo deportivo para inculcar valores de respeto, compromiso o responsabilidad colectiva, estableciendo un paralelismo con la salud de las ciudades, ya que creemos que proteger el barrio es el primer paso para **proteger el planeta**”.

De esta forma, la campaña del club verdiblanco parte de la premisa de “**educar primero para crecer después, con el objetivo de proyectar un mensaje desde lo local hacia lo global**, demostrando que los valores sembrados hoy en los barrios y en los estadios determinarán la salud y el debate climático mundial del mañana”, añade Muela.

La camiseta, de edición limitada y estética de corte retro, presenta una paleta cromática que combina el verde corporativo del Real Betis Balompié con un tono más oscuro inspirado en las hojas del naranjo y el color albero, tonalidad identitaria de la **estética sevillana y eje visual del patrimonio histórico de la ciudad**.

Estas características se completan en el dorso, donde el diseño de la numeración integra una textura orgánica que evoca la piel de la naranja, cerrando así el tributo conceptual al **fruto más emblemático de Sevilla**.

A nivel técnico, la camiseta está confeccionada mediante una mezcla novedosa de materiales de bajo impacto: al 16,2% de fibra orgánica obtenida de pieles de naranjas se suma un 37,8% de Lyocell (**fibras naturales regeneradas obtenidas de celulosa de la madera**) y un 46% de poliéster reciclado. Esta combinación elimina el uso de plástico virgen, transformando residuos en una prenda de alto valor tecnológico con un tejido suave, transpirable y de alta resistencia.

Al acto de presentación también han asistido **dos prestigiosos expertos del ámbito académico que avalan la base científica y técnica de la iniciativa**: Eugenio Domínguez Vilches, catedrático de Botánica de la Universidad de Córdoba y exrector de la UNIA y la UCO, y Miguel Ángel Campano, investigador del TEP130, profesor titular de la ETS de Arquitectura de la Universidad de Sevilla y secretario del Instituto Universitario de Arquitectura y Ciencias de la Construcción.

Domínguez Vilches ha abordado el papel del árbol urbano como **infraestructura ambiental y sanitaria esencial para la ciudad**, subrayando que “los árboles urbanos no son un elemento decorativo, sino una infraestructura sanitaria invisible que contribuye a mejorar la calidad del aire mediante la retención y absorción de determinados contaminantes y mejora directamente la salud de las personas”.

Forever Green y el fútbol como altavoz ambiental

La acción del club verdiblanco pone el foco en la urgencia climática de las ciudades, donde, según la ONU, hoy reside el 56% de la población mundial y lo hará casi el 70% en 2050.

Un naranjo en la calle puede ser tan importante para el bienestar ciudadano como una medida de regulación del tráfico. Asimismo, el catedrático ha recalcado la necesidad de una correcta gestión y cuidado del arbolado, así como de una **adecuada selección de especies**.

Por su parte, Miguel Ángel Campano ha destacado el papel del **“arbolado urbano como infraestructura climática que hace las calles más habitables”** y ha explicado que “la sombra reduce la radiación solar que reciben las personas”, añadiendo que “los árboles regulan su temperatura superficial mediante la evapotranspiración, lo que limita la radiación emitida por la copa y mejora el confort térmico bajo el arbolado”.

El experto también ha señalado que “un arbolado bien integrado en el viario contribuye a una mejor gestión del agua de lluvia en los barrios, suavizando los picos de **escorrentía hacia la red urbana**”.

El Real Betis Balompié ha querido avanzar este año en la **conversación climática que sigue cada temporada con la organización del partido icónico de la sostenibilidad** evolucionando su mensaje hacia el cuidado del ecosistema urbano como eje narrativo, con los árboles como temática central.

Se trata de un enfoque que ha sido siempre uno de los elementos principales de Forever Green, ya que desde el origen de esta plataforma los **huertos urbanos** han contado con un especial protagonismo y se han organizado diferentes acciones para plantar árboles, algunas junto a otros clubes europeos.

La presentación de esta nueva camiseta, del mismo modo que este proyecto, aprovecha el alcance social y magnetismo del fútbol con el urgente desafío medioambiental que supone la contaminación atmosférica.

El objetivo es utilizar la influencia que tiene el deporte rey entre públicos menos comprometidos con causas medioambientales para inspirar conciencia y despertar **debate y acción sobre la necesidad de cuidar el arbolado y entornos verdes urbanos**.

La acción del club verdiblanco pone el foco en la urgencia climática de las ciudades, **donde, según la ONU, hoy reside el 56% de la población mundial y lo hará casi el 70% en 2050**.

Ante este escenario, la protección del paisaje urbano, y especialmente de sus árboles, es una prioridad estratégica debido a su capacidad para generar espacios confortables, que los convierte en la herramienta más eficaz para dar respuesta a la **crisis climática global desde el ámbito local**.

Cada temporada, el Club utiliza **un encuentro de LaLiga** como altavoz para situar en el centro del debate un reto ambiental concreto.

Bajo esta premisa, el próximo partido Forever Green contra el Rayo Vallecano será el quinto hito de una iniciativa que **arrancó en 2022 contra el Athletic Club, un encuentro que sentó las bases con una equipación fabricada de poliéster 100% reciclado**, a la que siguió, en 2023 frente al RCD Espanyol, una elástica que rendía tributo a las '3 R' de la ecología (reducir, reutilizar y reciclar) mediante un diseño con efecto de desgaste.

La evolución del proyecto ha permitido seguir abordando retos ambientales críticos y en 2024, en el duelo contra la UD Almería, se puso el foco en la **gestión responsable del agua frente a la sequía**.

Más recientemente, en 2025 ante la Real Sociedad, el partido de la sostenibilidad visibilizó la invasión del alga asiática *Rugulopteryx Okamurae* en las costas andaluzas, transformando una amenaza ambiental en una oportunidad de **reaprovechamiento circular**.

Con esta camiseta, el Real Betis refuerza su **estrategia ambiental y su posicionamiento como entidad comprometida con la innovación sostenible**, demostrando que el deporte profesional también puede liderar iniciativas creativas para impulsar un modelo urbano más responsable, participativo y respetuoso con el medio ambiente. Si quieres, puedo hacer una versión más periodística, más publicitaria o adaptada a nota de prensa.