vinetur

La hostelería británica convierte la rebaja del IVA en clamor nacional

La campaña para bajar el impuesto del 20% al 10% supera 100.000 firmas en tres días

sábado 6 de junio de 2026

La campaña para rebajar el IVA de la hostelería en Reino Unido del 20% al 10% superó las 100.000 firmas en sus tres primeros días, según informó este jueves, 4 de junio, la publicación sectorial Morning Advertiser. La iniciativa está impulsada por el cocinero y empresario Tom Kerridge y cuenta con el apoyo de varias organizaciones del sector, entre ellas UKHospitality, la British Beer and Pub Association, el British Institute of Innkeeping y CODE Hospitality.

La petición forma parte de la campaña #VATsTheProblem y tiene como objetivo que el Gobierno británico aplique un tipo reducido del 10% a bares, pubs, restaurantes y otros negocios de hostelería. Los promotores sostienen que una rebaja fiscal permitiría aliviar la presión sobre las cuentas de las empresas y favorecer el consumo en sala en un momento de fuerte tensión para el sector.

Según los datos difundidos por los organizadores, la recogida de apoyos ya había superado las 20.000 firmas en sus primeras 24 horas. El nuevo registro, por encima de las 100.000 adhesiones en tres días, refuerza la visibilidad pública de una reclamación que la hostelería británica lleva tiempo planteando ante el Ejecutivo.

La campaña prevé una nueva fase a partir del próximo 1 de julio, cuando se buscará una mayor implicación de los consumidores. Hasta entonces, los organizadores están pidiendo a los empresarios que compartan la petición con sus plantillas y con otros locales de su zona para ampliar la base de apoyo antes del lanzamiento dirigido al público general.

Kerridge pidió unidad al sector desde el arranque de la iniciativa y defendió que Reino Unido debería acercarse a otros mercados europeos con tipos reducidos para la hostelería. En declaraciones recogidas por Morning Advertiser, el cocinero afirmó que superar las 100.000 firmas en tres días muestra el respaldo que existe a favor de un IVA del 10% y animó a seguir difundiendo la campaña antes del próximo 1 de julio.

A ese movimiento se ha sumado también Access Hospitality, empresa proveedora de software para negocios hosteleros. La compañía advirtió de que la presión fiscal, el aumento de los gastos operativos y la reducción de algunas medidas de alivio están poniendo a muchas empresas en una situación delicada.

Access Hospitality citó cifras del propio sector según las cuales casi una quinta parte de los negocios hosteleros teme cerrar en los próximos doce meses y uno de cada tres establecimientos opera con pérdidas. Su directora general, Champa Magesh, señaló que una rebaja selectiva del IVA al 10% aportaría alivio inmediato, mejoraría la viabilidad económica de muchos locales y podría estimular la demanda mediante un mayor gasto de los consumidores.

La petición llega en un momento en el que pubs, restaurantes y bares británicos soportan más presión por varias vías al mismo tiempo. Los operadores vienen alertando del aumento de los costes laborales, las tasas empresariales, la factura energética y la inflación, factores que reducen márgenes y limitan la capacidad de inversión.

Para negocios muy dependientes del consumo presencial, como pubs y restaurantes con una oferta relevante de vino, cerveza y destilados, una bajada del IVA puede tener efecto tanto en precios como en rentabilidad. Si parte del recorte fiscal se traslada al cliente final, el consumo en sala podría ganar atractivo frente a otras opciones. Si se mantiene dentro del negocio, serviría para compensar parte del aumento de gastos

acumulado en los últimos meses.

Kerridge ya había defendido con anterioridad que el IVA es uno de los elementos fiscales que más afecta al conjunto de la hostelería británica. También recordó que anteriores ajustes temporales aplicados por el Gobierno mostraron que los cambios tributarios pueden utilizarse para impulsar la actividad económica.

La campaña se ha fijado ahora una meta mucho más amplia: alcanzar un millón de firmas. Para ello, las empresas adheridas están siendo animadas a firmar la petición, distribuirla entre empleados y otros establecimientos y utilizar materiales comunes en correos electrónicos, redes sociales y páginas web antes del arranque de la fase dirigida al consumidor previsto para julio.