



CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA DE CAJAMARCA

Sala Civil Permanente

Jr. Buganvillas N° 169, 3er Piso – Urb. Villa Univeritaria

EXPEDIENTE : 00001-2018-0-0601-JR-CI-03
MATERIA : INDEMNIZACION
RELATOR : LUIS ALVIN QUISPE SANCHEZ
DEMANDADO : MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA
DEMANDANTE : EMPRESA T&M BUSINESS GLOBAL SRL

SENTENCIA DE VISTA N° 97 – 2019

RESOLUCIÓN NÚMERO DIECISÉIS

Cajamarca, veintisiete de junio
del año dos mil diecinueve.-

I. ASUNTO:

Son materia de conocimiento de este Colegiado las apelaciones interpuestas por la empresa demandante T&M Business Global S.R.L. y por la demandada Municipalidad Provincial de Cajamarca, contra la sentencia N° 0160-2018-C, contenida en la resolución número nueve, de fecha 18 de diciembre de 2018, que declara **FUNDADA EN PARTE** la demanda interpuesta por la primera contra la segunda de las nombradas, sobre indemnización por daños y perjuicios derivados de la colocación de un spot publicitario en la página de Facebook de Serenazgo; en consecuencia, **ORDENA** a la demandada cumpla con cancelar a favor de la parte demandante la suma total de S/ 263,600.00 (doscientos sesenta y tres mil seiscientos soles), correspondiendo la suma de S/ 100, 600.00 (cien mil seiscientos soles) por concepto de daño emergente, la suma de S/ 160, 000.00 (ciento sesenta mil soles) por concepto de lucro cesante y el monto de S/ 3, 000.00 (tres mil soles) por daño moral, más intereses legales computados desde el 24 de agosto de 2017, que se liquidarán en ejecución de sentencia.



Fundamentos de la apelación de la parte demandante [folios 240 a 247]

- a) No se ha tenido en cuenta los medios probatorios presentados que sustentan cada uno de los elementos de la responsabilidad civil extracontractual, pues refiere que se ha acreditado de manera idónea el monto indemnizatorio solicitado en la demanda (S/. 8, 182.432.00).
- b) Al referirse a los documentos de la negativa de la municipalidad de Chota de realizar un convenio, el juzgado no consideró el impacto económico que ésta tuvo en la empresa demandante, al perder contratos con 20 municipalidades [provinciales y distritales], causándole un perjuicio económico de S/. 478, 800. 00.
- c) No se ha considerado que, al cancelarse el convenio con el Ministerio del Interior, se afectó en dos rubros, primero, por publicidad de un monto de S/. 1, 132, 800.00, por un periodo de 12 meses, y por la capacitación al personal de la PNP, por un monto de S/. 1, 200. 000.00, por un periodo de 12 meses; y, segundo, con la municipalidad de la Esperanza se perdió el monto de S/. 24, 800.00, por un periodo de 12 meses; haciendo un total de S/. 2, 836. 400.00; la cual fue acreditado con las cartas que indican la negativa de seguir con el convenio.
- d) No se ha considerado como daño emergente la inversión para desarrollar el sistema, la que se encuentra detallada en el punto 4.17 de la demanda, por un monto de S/. 212, 360.00.
- e) Respecto al lucro cesante, señala que debe ser acorde con el monto dejado de percibir por las pérdidas de las cancelaciones de 12 convenios y los costos por el monto de la elaboración del desarrollo del sistema [aplicativo S.O.S PERU], que para la Municipalidad Provincial de Cajamarca tuvo como costo total S/. 18, 700.00, dándose de la siguiente manera: contrato inicial, del 06 de julio de 2016 por un monto de S/. 8, 700.00 soles, con un plazo de entrega de 15 días calendarios; y, con fecha 17 de marzo de 2017, un contrato como actualización de un equipo de operadores. Agrega, además, que no se ha considerado el convenio con la Municipalidad Provincial de Jaén, como una ganancia lícita dejada de percibir, conforme se advierte del aplicativo web y móvil S.O.S PERÚ, desarrollado para seguridad de Jaén.



- f) Finalmente, respecto al daño moral, refiere que no se ajusta a la realidad del daño causado, pues al colocar su spot publicitario editado se ha perdido su credibilidad de su trabajo y con ella su buena reputación del nombre, por cuando su empresa tenía buenas relaciones con instituciones gubernamentales nacionales y empresarios internacionales, por lo que el monto debe ser de S/. 3'033, 072.00.

Fundamentos de la apelación de la parte demandada [folios 249 a 255]

- a. Se vulnera el debido proceso en su manifestación a la debida motivación suficiente, pues los elementos de la responsabilidad civil extracontractual no han sido aplicados correctamente en la resolución impugnada. Además, agrega, que es obligación del accionante probar la conducta antijurídica y la existencia del daño.
- b. En la demanda no existe ningún medio probatorio de la existencia de convenios cancelados por distintas municipalidades o de la existencia de contratos que la demandante habría firmado con otras entidades, ni tampoco se explica la forma como se llega a la suma de S/. 163, 000. 000 como lucro cesante.
- c. La primera instancia no valoró que la demandada nunca tuvo acceso a los aspectos técnicos ni operativos para la elaboración del sistema del auxilio rápido S.O.S. PERÚ, siendo su presentación ante el Comité Provincial de Seguridad Ciudadana, el cual nunca reconoció su adquisición por parte de la demandada ni mucho menos hizo llegar los detalles del uso.
- d. Si bien es cierto que la demandante, con fecha 10 de noviembre de 2017, obtuvo el certificado N° 00103967, aprobado por resolución N° 024321-2017/DSD-INDECOPI, otorgándole derechos de propiedad sobre el logotipo de la empresa S.O.S. PERÚ, no estableciendo derechos de autor del mencionado aplicativo o del spot publicitario, lo cual no constituye un medio de prueba que pueda sustentar derecho de autor y, consecuentemente, la indemnización solicitada.
- e. No se ha tenido en cuenta que el uso del spot realizado por la demandante fue con su total conocimiento, como se prueba al afirmar que una copia fue entregada al gerente de seguridad ciudadana, a efectos de publicitar el trabajo realizado por personal de Serenazgo, colgándose en



la página de Facebook, no existiendo ninguna mención a que dicho spot haya sido utilizado para publicitar específicamente la aplicación Alerta Cajamarca.

II. **MOTIVACIÓN:**

§ **Delimitación del petitorio.**

1. Mediante escrito de demanda [folios 37 a 53], el actor Julio César Blanco Acuña, representante legal de la empresa T&M BUSINESS GLOBAL S.R.L, pretende el pago de S/ 8´182,432.00 [ocho millones con ciento ochenta y dos mil cuatrocientos treinta y dos mil soles], por indemnización por responsabilidad civil extracontractual, por los conceptos de daño patrimonial que comprende: daño emergente [S/. 316, 560.00] y lucro cesante [S/. 4´832.800.00]; y daño extrapatrimonial que comprende: daño moral [S/. 3´033,072.00].

§ **La responsabilidad civil y los elementos que la configuran.**

2. En nuestro sistema jurídico civil se han recogido dos criterios en materia de responsabilidad civil (subjetiva y objetiva) aplicables a nivel contractual y extracontractual, a fin de procurar el resarcimiento de la víctima del daño causado por la conducta lesiva. Así, de un lado, tenemos la responsabilidad civil contractual, que se encuentra regulada en el artículo 1321º del Código Civil, ligada a la inejecución de las obligaciones por dolo, culpa inexcusable o culpa leve; y, de otro lado, la responsabilidad civil extracontractual, regulada en el artículo 1969º del mismo cuerpo legal, conforme a la cual todo daño producido por dolo o culpa resulta pasible de indemnización. Es así que, en cada caso, el juzgador analiza – dentro de cada criterio– los elementos de la responsabilidad civil a fin de establecer el monto indemnizatorio correspondiente.

Los elementos comunes de la responsabilidad extracontractual son: la antijuridicidad, el daño causado, la relación o nexo de causalidad y los factores de atribución. Asimismo, dentro del daño se incluyen los conceptos de daño emergente, lucro cesante y daño moral.



§ **Análisis de la controversia.**

3. Según los fundamentos de apelación de la empresa demandante, se aprecia que ésta cuestiona, en estricto, que no se han tenido en cuenta algunos medios probatorios para la cuantificación correcta de los daños patrimonial [daño emergente y lucro cesante] y extrapatrimonial [daño moral].

Por su parte, la entidad demandada, en sus fundamentos de apelación, aduce, esencialmente, que no existen medios probatorios tendientes a acreditar el daño causado [patrimonial y extra patrimonial] e, incluso, ni siquiera se ha probado la concurrencia del elemento antijurídico.

4. Respecto a la **antijuridicidad**, que es un aspecto fundamental de la estructura de los hechos jurídicos ilícitos que originan una responsabilidad civil, se puede decir que una conducta es antijurídica no sólo cuando contraviene una norma prohibitiva, sino también cuando la conducta viola el sistema jurídico en su totalidad, en el sentido de afectar los valores o principios sobre los cuales ha sido construido el sistema jurídico. Constituye una violación al deber general de no causar daño a otro.
5. En el presente caso, se encuentra acreditado, en principio, que la empresa demandante es propietaria del signo y logotipo de S.O.S. PERÚ, la cual tiene como servicios tecnológicos: diseño y desarrollo de software, conforme se encuentra registrado en el instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, mediante certificado N° 00103967 [folio 61] y mediante resolución N° 024321-2017/DSD-INDECOPI [folio 62].

En este orden de ideas, el no encontrarse registrado el spot publicitario del aplicativo de seguridad¹ S.O.S PERÚ ante INDECOPI como derecho de autor² –como ha indicado la parte demandada–, no significa que no haya sido creada por la empresa recurrente, por cuanto en el DVD ofrecido

¹ Que tiene como finalidad mandar alertas sobre hechos delictivos o de accidentes para que estos sean resueltos por las autoridades competentes.

² Cuando se habla de la propiedad intelectual se hace referencia a la facultad que tienen las personas de usar, disfrutar y disponer de su propias creaciones. En nuestro país, los derechos de propiedad intelectual son protegidos por el Estado mediante un organismo denominado INDECOPI. Los derechos de propiedad intelectual pueden ser de dos tipos: i) el derecho de autor (obras literarias, artísticas, etc.) y ii) la propiedad industrial (marcas y patentes).



[folio 35] se puede visualizar fácilmente la marca: S.O.S PERÚ; marca, como ya se dijo, se encuentra reconocida ante INDECOPI.

Es más, la misma entidad demandada ha reconocido la autoría del spot aludido por parte de la actora, al señalar, primero, en su escrito de contestación de demanda que “(...) *la demandante realizó un spot publicitario (...)*” [fundamento 3.2, de folios 119 a 126]; segundo, por intermedio de la gerencia de seguridad ciudadana, al indicar que: “(...) *la empresa (...) solicitando verbalmente el apoyo con unidad vehicular y efectivos de Serenazgo para formalizar grabaciones en video, imágenes que servirían para la formulación de un spot publicitario por parte de la empresa anotada (...)*” [folios 88 a 89]; y, tercero, por el área de imagen, prensa y comunicaciones, en que dice: “(...) *2. Una parte de las imágenes del spot de la empresa T&M BUSINESS S.R.L salieron en el noticiero de TV NORTE CANAL 7 (...)*” [folio 90].

Por tanto, como primera cuestión, se concluye que la empresa recurrente ha sido autora del spot publicitario del aplicativo de seguridad con la marca S.O.S PERÚ. Por tanto, se encuentra legitimada para solicitar indemnización por algún daño o perjuicio que se haya ocasionado como consecuencia de un mal uso de dicho spot publicitario.

6. En segundo lugar, también se encuentra acreditado que la municipalidad demandada de algún modo modificó o adulteró el spot publicitario de la marca S.O.S PERÚ, al suprimir en la parte inicial y final de la grabación y luego agregar en su parte final el logotipo ALERTA CAJAMARCA [conforme se advierte al visualizar el DVD: folio 35]; documento que no ha sido cuestionado por la parte demandada.

Ello tiene sentido, por cuanto, en ambas grabaciones se puede advertir – imagen de la izquierda e imagen de la derecha del DVD– que estamos ante la misma escena, los mismos personajes y la misma unidad vehicular del Serenazgo. Si bien la demandada ha realizado un contrato de servicio N° 039-2017-MPC [ver a folios 116 a 118], éste tiene como finalidad la ampliación y la actualización de software y sistema de alerta “Cajamarca ciudad segura” [ver en su cláusula cuarta], mas no la creación de un sistema software. Por tanto, es lógico deducir que el contrato realizado



por la entidad demandada tenía como finalidad editar la grabación del spot publicitario del aplicativo de seguridad S.O.S PERÚ y hacerlo como suyo con el logotipo ALERTA CAJAMARCA.

7. En consecuencia, se ha acreditado la autoría del spot publicitario en mención por parte de la empresa demandante y también su adulteración parcial por voluntad de la parte demandada, pero, adicionalmente y con mayor gravedad, se ha probado que la demandada, a través del Área de Imagen, Prensa y Comunicaciones de la Gerencia de Seguridad Ciudadana, publicó en su página de Facebook del Serenazgo el acotado spot publicitario [ver a folios 24 a 25], así como también lo hizo en la página de Facebook de Enlace Regional [ver a folio 12]; documentos que tampoco han sido cuestionados por la entidad demandada.

Por otro lado, la falta de consentimiento de la empresa demandante a la publicación de su spot se ha visto reflejada en las cartas notariales remitidas por ambas partes [folios 08 a 11], de cuyo tenor se desprende que no han tenido un acuerdo preexistente para su publicación, sino, por el contrario, se anuncia un perjuicio económico relativo con la credibilidad del producto, generando como respuesta de la entidad edilicia el retiro inmediato del spot publicitario.

8. En ese sentido, ha quedado demostrado que la adulteración del spot publicitario y las publicaciones del mismo en la página de Facebook del Serenazgo [folios 24 a 25], en la página de Facebook del Enlace Regional [folio 12] y en el noticiero de TV Norte - canal 7 [reconocido por la misma demandada en el punto 2 del informe N° 11-2018-GZRT -IPyC-GSC-MPC, folio 90], ha podido generar un daño en la empresa recurrente relativo a la credibilidad de la autoría del software respectivo.

En consecuencia, la conducta del ente demandado es antijurídica, toda vez que no solo contraviene una norma prohibitiva [no causar daño a la propiedad intelectual, artística, técnica y científica³], sino también por haber faltado al deber general de no causar daño a otro.

³ Constitución Política del Perú:
Artículo 2.- Toda persona tiene derecho:

9. **El daño causado** es entendido como la lesión a todo derecho subjetivo, en el sentido de interés jurídicamente protegido del individuo en su vida en relación; es decir, como el menoscabo a los intereses de los individuos en su vida de relación social, que el derecho ha considerado merecedor de la tutela legal. El daño puede ser patrimonial y extrapatrimonial. El **patrimonial** puede ser de dos clases: daño emergente, concebido como la pérdida natural efectivamente sufrida, es aquél que genera el egreso efectivo de un bien del patrimonio de la víctima; y, el lucro cesante, que es lo dejado de percibir como consecuencia inmediata del daño.
10. En cuanto al **daño emergente** [extremo cuestionado de la sentencia], la empresa accionante refiere que no se ha tomado en cuenta la inversión para desarrollar el sistema, el cual se encuentra detallado en el punto 4.17 de la demanda, por un monto de S/. 212, 360.00. Sobre el particular, el juzgado de primera instancia ha tomado como daño emergente, primero, los gastos ocasionados para la grabación del audio y video del spot publicitario, por la suma de S/. 600.00 [ver contrato a folios 73 a 74]; y, segundo, el acuerdo indemnizatorio que realizó el representante legal de la empresa recurrente con los actores del spot publicitario [ver acta a folios 63 a 64], por el monto de S/. 100, 000.00.

Sin embargo, previamente hay que tener en cuenta que el daño emergente es la pérdida económica efectiva del patrimonio de la víctima que sufrió el daño. En tal sentido, no queda duda que en el caso de autos la pretensión indemnizatoria gira en torno al daño derivado de la publicación del spot publicitario adulterado que realizó la entidad demandada en la página de Facebook del Serenazgo [ver demanda: folios 37 a 53] **y no sobre algún daño que haya sufrido el software y/o spot publicitario aludido.** Además –conforme a los fundamentos de la demanda–, estos últimos no han sufrido daño alguno, por cuanto, el primero, ha seguido ofertándose a diferentes municipalidades, y el segundo, como ha indicado la misma accionante, fue entregado una copia

“(…) 8. A la libertad de creación intelectual, artística, técnica y científica, así como a la propiedad sobre dichas creaciones y a su producto. El Estado propicia el acceso a la cultura y fomenta su desarrollo y difusión.
(…)”

del video respectivo en DVD a la entidad demandada, lo que se infiere que el original lo tiene la actora sin haber sufrido daño alguno.

Por consiguiente, no existe en el presente caso daño emergente alguno que indemnizar. Inclusive, el juzgado analiza y valora el acuerdo indemnizatorio por daños y perjuicios celebrado entre la empresa demandante y dos de los actores del spot publicitario, empero, se equivoca al considerarlo, primero, como parte del daño emergente, cuando claramente tal monto “acordado” (que tampoco se ha acreditado haya sido pagado) no puede ser incluido dentro de dicho tipo de daños, por no ser un menoscabo efectivo en el patrimonio previo del sujeto afectado (es un compromiso para un futuro pago); y, segundo, que la indemnización por daños y perjuicios a los actores del spot forma parte de la pretensión incoada, cuando la misma palmariamente es una situación ajena, por cuanto representa una obligación asumida por la demandante frente a terceros.

Peor aún, dicho acuerdo consta en un documento [folios 63 a 64] que ha sido elaborado solo entre la empresa y los actores del referido spot, por lo que no es un medio probatorio válido para probar algún daño sufrido, en la medida de que el monto pactado no tiene baremos objetivos, es decir, tiene una connotación subjetiva innegable que puede haberse plasmado para usarlo en contra de la demandada. Por consiguiente, se debe revocar este extremo de la sentencia apelada.

11. Respecto **al lucro cesante** [extremo también cuestionado de la sentencia], la empresa accionante alega en resumen que el monto otorgado por la primera instancia no ha sido acorde con los 12 convenios cancelados, además no ha considerado el convenio con la Municipalidad Provincial de Jaén. Respecto de ello, el juzgado de primera instancia ha señalado que se habría frustrado las posibles negociaciones o convenios a celebrar con municipalidades o entidades del Estado, como son: i) el acta de acuerdos con la Municipalidad Provincial de Bagua [folios 65 a 66]; ii) oficio N° 040-2018-COPROSEC/CHOTA-STPSC, r emitido por la Municipalidad de Chota [folio 138]; iii) oficio N° 757-2018-IN-SG, remitido por el Ministerio del Interior [folio 139]; e iv) imagen de la página de



Facebook de la Municipalidad Provincial de Jaén [folio 21]; sin embargo, añade que, al no haberse acreditado de manera fehaciente el monto mensual (u otro periodo) cobrado o por cobrar por el servicio del software, con base en la equidad y reglas de la experiencia, estima prudente fijar la suma de S/. 160, 000.00 por este concepto.

Cabe destacar que este concepto indemnizatorio es: *“una forma de daño patrimonial, que consiste en la pérdida de una ganancia legítima o de una utilidad económica por parte de la víctima o sus familiares como consecuencia del daño, y que se habría ganado de no haber sucedido el daño”*⁴. Siendo ello así, en este caso se constata que algunos documentos valorados por el juez de primera instancia en rigor no han podido demostrar que se haya causado este daño específico y, en consecuencia, de su contenido no se aprecia ninguna pérdida económica lícita dejada de percibir producto de la frustración de la venta del servicio del software que contiene el spot publicitario editado. Así tenemos:

- i) Acta de acuerdos con la Municipalidad Provincial de Bagua [folios 65 a 66]. En primer lugar, la fecha de la publicación del spot publicitario editado ha sido desde el 24 de agosto de 2017 hasta el 05 de setiembre de 2017 [conforme al escrito de demanda], sin embargo, el acuerdo con dicha municipalidad ha sido con fecha 21 de setiembre de 2017, es decir, después de la publicación del spot publicitario editado; por lo que sin duda no ha podido perjudicar a la empresa recurrente para llegar a un acuerdo con dicha entidad edil; por el contrario, se advierte un acuerdo sin fines económicos, al ceder el software de manera gratuita por el periodo comprendido desde el 21 de setiembre de 2017 al 30 de enero de 2018, supeditada a que sea suscrita o aprobada por el concejo municipal.
- ii) Oficio N° 757-2018-IN-SG [folio 139] remitido por el Ministerio del Interior [folio 139]. Se advierte que se ha enviado como respuesta al oficio remitido por la empresa recurrente [folio 140], la cual informa sobre la no viabilidad del proyecto de convenio, en razón al informe de su Oficina General de Tecnología de la Información y comunicaciones

⁴ Casación N° 476-2008-AREQUIPA.



del MININTER, es decir, que la no viabilidad del proyecto se basa en una decisión técnica y no sobre la publicación del spot publicitario editado.

- iii) Imagen de la página de Facebook de la Municipalidad de Jaén [folio 21], de la cual se puede apreciar claramente lo siguiente: *“lanzan aplicativo y móvil SOS Perú, desarrollado para seguridad de Jaén”*, es decir, convenio o acuerdo ya suscrito entre la empresa recurrente y dicha municipalidad, mas no obra en autos documento que refiera alguna cancelación por la publicación del spot publicitario editado.

Sin embargo, y pese a ello, también se verifica algunas cancelaciones como consecuencia de la publicación del spot publicitario adulterado, así tenemos:

- a. El oficio N° 040-2018-COPROSEC/CHOTA-STPSC [folio 138], remitido por la Municipalidad de Chota a la empresa recurrente, donde se señala lo siguiente: *“(...) nos encontramos deseosos de poder contar con el servicio del Aplicativo Web y Móvil SOS Perú en los 19 distritos que conforman nuestra provincia. Pero después (...) que había sido colgado en la página de Facebook de Serenazgo Cajamarca, nos hace creer que es la Municipalidad Provincial de Cajamarca quién ha creado dicho aplicativo, por tales razones se asumió que no presenta credibilidad y autoría del mencionado sistema, por ende no se dio trámite alguno”*.
- b. Respuesta de la Municipalidad Distrital de la Esperanza al oficio N° 042-GG/T&MBG/CAJAMARCA/2017, remitido por la empresa recurrente, en el que se indica lo siguiente: *“(...) no podemos adquirir el software por tener conocimiento que su empresa presentó un video de funcionalidad y no contaría con la credibilidad, toda vez que dicho video se visualizó en la página del Serenazgo de Cajamarca”*.

En consecuencia, se ha acreditado la cancelación de acuerdos o convenios con dos municipalidades para la adquisición del software. Es decir, pérdidas económicas dejadas de percibir producto de la publicación del spot publicitario editado en la página del Serenazgo.



12. Ahora bien, respecto a la cuantificación del lucro cesante, en principio, la empresa recurrente no ha señalado el costo por el servicio del software para cada municipalidad, tampoco obra en autos medio probatorio alguno que señale alguna cifra objetiva o de mercado. Sin embargo, para cuantificar las ganancias dejadas de percibir por estas dos municipalidades se debe tener en cuenta un punto referencial –y no sujeta a variables futuras cuya producción es incierta, como lo ha señalado la primera instancia–. Así, partimos que la Municipalidad Provincial de Cajamarca, para la ampliación y actualización de un software, ha adquirido uno por la suma de S/. 10, 000.00 [contrato de servicios N°039-2017-MPC: folios 116 a 118].

Si bien es cierto el monto estipulado no es por la creación del software, también lo es que la empresa recurrente únicamente presta los servicios de dicho software, mas no transfiere su propiedad, por cuanto, se advierte que la demandante habría ofrecido el mismo software a varias municipalidades sin éxito alguno. Por tanto, dicho monto es equiparable únicamente por ceder los servicios del software, es decir, para cada una de las municipalidades [Chota y La Esperanza] equivaldría a S/ 10,000.00, llegando en total por lucro cesante la cantidad de S/ 20, 000.00 [veinte mil soles].

13. Finalmente, con relación al **daño moral**, la empresa demandante señala que el monto fijado por el juzgado de primera instancia no se ajusta a la realidad del daño causado, pues al colocar su spot publicitario editado se ha perdido la credibilidad de su trabajo y, con ello, su buena reputación del nombre, por cuando su empresa tenía buenas relaciones con instituciones gubernamentales nacionales y empresarios internacionales, por lo que el monto debe ser de S/. 3´033, 072.00.

En principio, en la Casación N° 2673-2010-Lima de la Corte Suprema, publicada el 31 de julio de 2013, se señaló que, efectivamente, las personas jurídicas son pasibles de sufrir daños morales, por cuanto sus derechos pueden lesionarse si se hacen afirmaciones inexactas sobre ellas, o se hacen juicios de valor negativo o simplemente si se viola su



correspondencia, pudiendo solicitar una indemnización por daños patrimoniales y extrapatrimoniales.

Siendo ello así, en el presente caso el daño moral se encuentra acreditado, por cuanto la municipalidad demandada adulteró y publicó el spot publicitario del aplicativo S.O.S PERÚ –perteneciente a la recurrente– ocasionando que el aplicativo sea visto como creación y autoría de la empleada. En ese sentido, y teniendo en cuenta el artículo 1984 del Código Civil, en concordancia con el artículo 1332° del mismo código, que consagra el criterio de la equidad, el importe prudencial al daño moral es la suma fijada por la primera instancia, esto es, la suma de S/. 3, 000.00, dado que la accionante no ha proporcionado baremos objetivos para fijar un monto mayor y habida cuenta que el spot fue publicitado solo durante 11 días, sin que se haya acreditado de manera fehaciente un detrimento apreciable a la imagen y reputación de la empresa actora.

III. **DECISIÓN:**

Por estas consideraciones, este Colegiado **decide:**

1. **CONFIRMAR LA SENTENCIA N° 0160-2018-C**, contenida en la resolución número nueve, de fecha 18 de diciembre de 2018, en cuanto declara **FUNDADA EN PARTE LA DEMANDA** interpuesta por la empresa T&M Business Global SRL, contra la Municipalidad Provincial de Cajamarca, sobre indemnización por daños y perjuicios derivados de la colocación de un post publicitario en la página de Facebook de Serenazgo; en consecuencia, **ORDENA** a la demandada cumpla con cancelar a favor de la parte demandante la suma de S/ 3, 000.00 (tres mil soles) por daño moral.
2. **CONFIRMAR DICHA SENTENCIA** en el extremo que declara **FUNDADA EN PARTE LA DEMANDA** respecto a la indemnización por lucro cesante; y **REVOCARLA** en cuanto al monto otorgado de ciento sesenta mil soles; y, **REFORMÁNDOLO**, se señala la suma de **VEINTE MIL SOLES** dicha indemnización que deberá pagar la demandada a favor de la demandante, más intereses legales.



3. **REVOCAR LA SENTENCIA ALUDIDA** en el extremo que declara fundada en parte la demanda sobre indemnización por daño emergente y, por ende, fija la suma de S/ 100, 600.00 [cien mil seiscientos soles] que debe pagar la accionada a la actora por dicho concepto; y, **REFORMÁNDOLA, DECLARAR INFUNDADA LA DEMANDA** por dicho concepto.
4. **DEJAR CONSTANCIA** que los demás extremos de la sentencia no han sido impugnados y, por tanto, han quedado firmes.
5. **NOTIFICAR** a las partes y **REMITIR** al juzgado de origen para los fines de su competencia, luego que quede firme la presente resolución.

Juez Superior Ponente: señor Díaz Vargas.-

Ss.

HORNA LEÓN

SORIANO BAZÁN

DÍAZ VARGAS