

Carta de la Directora Editorial

Montserrat Civera

Directora Editorial.

hdbresearch@pmp.es

En este nuevo número de *Harvard Deusto Business Research* presentamos los estudios realizados sobre las relaciones entre servicios centrales y unidades de negocio en grupos empresariales, la innovación abierta y la lógica dominante de servicio, la influencia del liderazgo transformacional en la confianza de la organización, el efecto de los fallos en la compra *online* sobre la satisfacción con la página web y, por último, la lealtad bancaria y la medida del riesgo de abandono de las entidades financieras.

En el primer artículo, las profesoras de la Universidad de Deusto, Amaia Apraiz y María Felisa Iribar, analizan los efectos que la centralización de compras puede producir en el conjunto del grupo empresarial, establecen sus posibles perjuicios en torno a las unidades de negocio y proponen algunas alternativas para su compensación.

El trabajo de investigación de los profesores Fabrizio Cesaroni y Lola C. Duque presenta un estudio sobre las bases del paradigma de la innovación abierta (IA) por medio del marco de la lógica dominante de servicio (DS). Asimismo, describe y estudia las diez premisas fundamentales de la lógica DS para empresas de alta tecnología y apunta cómo deberían trasladarse al enfoque de la innovación abierta.

En su artículo, María Isabel Pascual del Riquelme, Sergio Román y Estela Fernández realizan un estudio sobre el comportamiento del consumidor al experimentar un fallo en la compra *online*. Las conclusiones que se desprenden ofrecen a las empresas que operan en Internet una valiosa información para desarrollar estrategias de segmentación efectivas.

El objetivo del siguiente trabajo es analizar la influencia del liderazgo transformacional en la confianza de la organización. Para Orlando Manuel Martins Marques de Lima Rua y João Manuel Costa, los resultados obtenidos de su investigación confirman que el liderazgo transformacional influye positivamente en la confianza de toda la organización (benevolencia, competencia e integridad) y pueden ayudar a las organizaciones a definir los estilos de liderazgo más apropiados para generar un alto grado de confianza.

En el último artículo, Juan Lara, Francisco José Liébana y Myriam Martínez, profesores de la Universidad de Granada, proponen un modelo estadístico que mide el riesgo de abandono de los clientes de una institución financiera española a través de un método generalizado para el sector financiero.

No quiero concluir esta presentación sin agradecer, muy sinceramente, la labor y colaboración de los miembros del comité editorial, de los evaluadores, de los autores, de los editores y de los lectores, que ha hecho posible la publicación de este nuevo número de *Harvard Deusto Business Research*. 