ÍNDICE

Testimonios 9
Agradecimientos 16
Prólogo 18
Introducción 21

PARTE I:
PRINCIPIOS Y FUNDAMENTOS DEL *MENTORING* 25

Capítulo 1.
Terminología y definición 27

Capítulo 2.
Qué es y qué no es *mentoring* 31

Capítulo 3.
Aplicaciones del *mentoring* 35

Capítulo 4.
El *mentoring* y el desarrollo de las personas de la empresa 43

Capítulo 5.
Objetivos de un programa de *mentoring* 49

Capítulo 6.
Beneficios del *mentoring* 53

PARTE II:
EL PROCESO DE *MENTORING* 63

Capítulo 7.
Estructura de un programa de *mentoring* 65

Capítulo 8.
Roles en el proceso de *mentoring* 77

Capítulo 9.
Quién puede ser *mentee* y quién puede ser mentor 85

Capítulo 10.
El proceso de identificación y asociación de mentores
y *mentees* 91

Capítulo 11.
Fases en un proceso de *mentoring* 97

Capítulo 12.
Seguimiento y soporte durante el programa de *mentoring* 109

Capítulo 13.
Evaluación del programa de *mentoring* 115

PARTE III:
LAS HERRAMIENTAS CLAVE EN UN PROCESO DE *MENTORING* . 123

Capítulo 14.
Diseñar la relación de *mentoring* 125

Capítulo 15.
La escucha como herramienta básica de comunicación 133

Capítulo 16.
Utilizar las preguntas 137

Capítulo 17.
Dar y recibir *feedback* efectivo 143

Capítulo 18.
Definir objetivos y elaborar un plan de acción 149

Capítulo 19.
Descubrir los valores, fortalezas y debilidades del *mentee* 161

Capítulo 20.
Dar reconocimiento 167

PARTE IV:
EL *MENTORING* COMO HERRAMIENTA DE DESARROLLO DEL LIDERAZGO 171

Capítulo 21.
El liderazgo desarrollador es el más efectivo a largo plazo 173

Capítulo 22.
Desarrollar el liderazgo de los *mentees* 179

Capítulo 23.
El papel del directivo como mentor 189

Capítulo 24.
El *mentoring* en el desarrollo del liderazgo para el emprendimiento 197

Capítulo 25.
Mentoring inverso 199

PARTE V:
CONCLUSIONES 203

Bibliografía 209