

# Wynn apoia Loja Social pelo sexto ano

*Com o patrocínio da Wynn, pelo sexto ano consecutivo, a Loja Social da Santa Casa da Misericórdia distribuiu no sábado cabazes a 360 famílias carenciadas*



**C**om o novo patrocínio, de 300 mil patacas, a Wynn Macau elevou para 1,7 milhões de patacas o montante total que canalizou ao longo de seis anos para apoiar a Loja Social, projecto solidário lançado pela Santa Casa da Misericórdia de Macau (SCMM) em 2013.

No sábado, cerca de 40 voluntários da empresa ajudaram a preparar as muitas centenas de cabazes com bens alimentares de primeira necessidade e artigos de higiene que foram distribuídos a 360 famílias carenciadas, bem como um brinde extra: um “voucher” de 100 patacas para compras nos supermercados.

O cheque do patrocínio foi entregue ao Provedor da Irmandade António José de Freitas, pela vice-presidente e directora executiva da Wynn Macau, Linda Chen, numa cerimónia que contou com a presença do presidente da União Ge-

ral das Associações de Moradores de Macau (UGAMM), Leong Heng Kao, a presidente do Conselho Fiscal da Federação das Associações de Operários (FAOM), Leong Iok Wa, e a secretária-geral da SCMM, Gisela Nunes. A operadora de jogo também se fez representar por Katharine Liu (vice-presidente sénior de comunicações), Jasmine Cheong e Raymond Lei (directores executivos para as Relações Comunitárias e Governamentais), e Thomas Lau (director executivo dos Recursos Humanos).

Segundo a SCMM, o projecto da Loja Social visa apoiar os agregados familiares “mais fragilizados pela inflação e o forte agravamento do custo de vida, acudindo em especial a famílias monoparentais ou que integrem dependentes enfermos, deficientes e idosos, e que não auferem um rendimento suficiente para possibilitar uma subsistência condigna”.